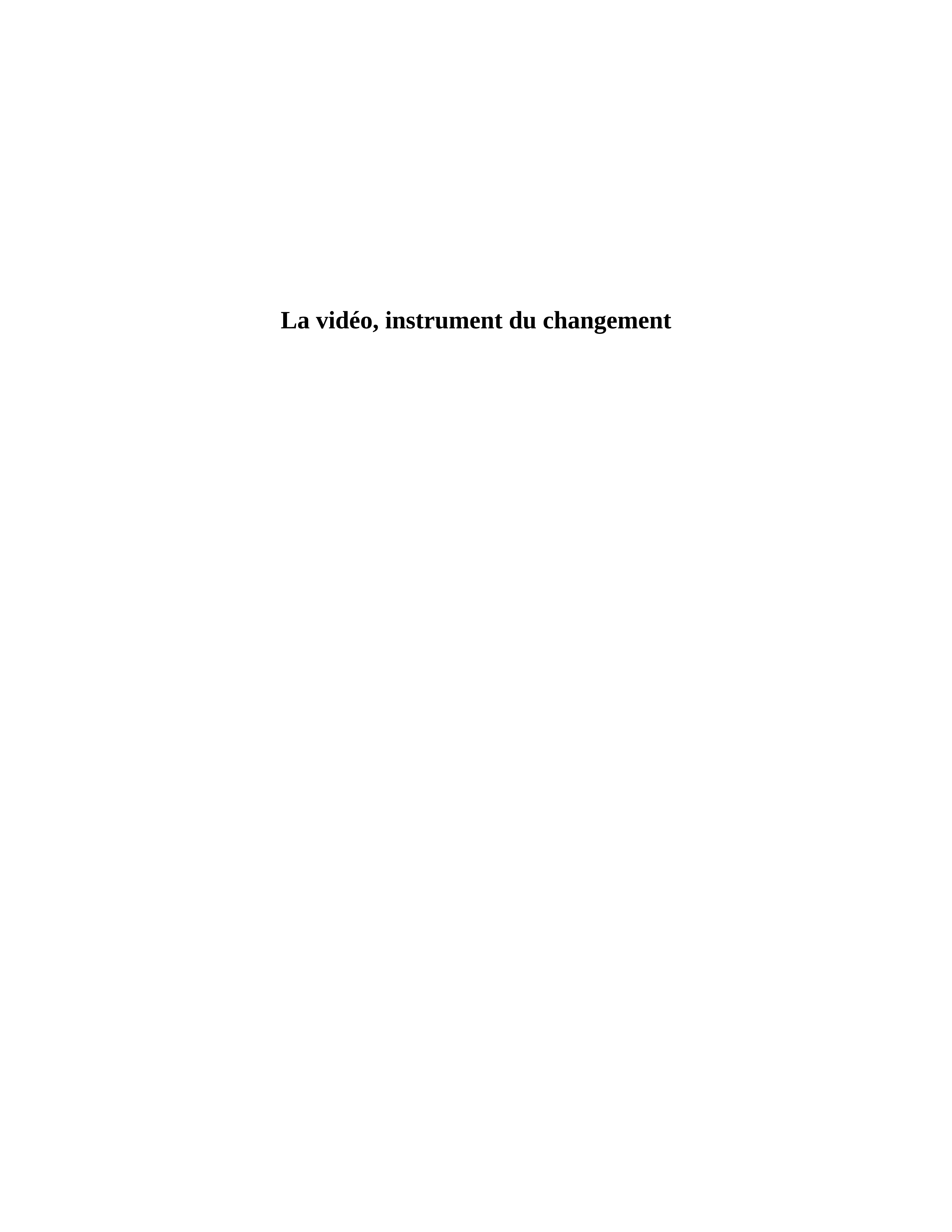


La vidéo, instrument du changement

Titre original : Video for Change
Publié en 2005 chez Pluto Press

WITNESS <www.witness.org> utilise le pouvoir de la vidéo afin d'ouvrir les yeux du monde sur les violations des droits de l'homme. S'associant à des organisations locales à travers le monde, WITNESS dote les défenseurs des droits humains des moyens d'utiliser la vidéo pour lever le voile sur celles et ceux qui sont les premières victimes de ces violations, et transformer leurs histoires personnelles en de puissants instruments de justice. Au cours de la dernière décennie, WITNESS a conclu des partenariats avec des groupes dans plus de 60 pays dans le but d'attirer l'attention des décideurs clés, des médias et du grand public sur des images souvent non vues, des histoires non dites et des voix rarement entendues, galvanisant l'action des associations locales, encourageant l'engagement politique et promouvant le changement durable.

La vidéo, instrument du changement

Guide pour le plaidoyer et l'activisme

Édité par
Sam Gregory, Gillian Caldwell,
Ronit Avni et Thomas Harding

Remerciements

Ce livre est dédié aux organisations de défense des droits humains qui travaillent avec WITNESS à travers le monde, en reconnaissance de leur bravoure, de leur courage et de leur engagement sans relâche en faveur de ces droits.

Nous sommes redevables à Hakima Abbas, Matisse Bustos, Sara Federlein et Tamaryn Nelson, membres de l’équipe de WITNESS, qui ont apporté leurs contributions et leurs expériences à la rédaction de ce livre, ainsi qu’aux stagiaires et bénévoles, nombreux et talentueux, qui ont travaillé avec nous au fil des ans. Nous sommes également reconnaissants au groupe de réflexion de WITNESS qui a relu les épreuves du livre en juillet 2004 : Pat Aufderheide, Kat Cizek, Joanna Duschesne, Mallika Dutt, Lilibet Foster, Sandrine Isambert, Tom Keenan, Tia Lessin, Meg McLagan, Liz Miller, Richard O’Regan et Fernanda Rossi. Plusieurs vidéo activistes à travers le monde, trop nombreux pour tous les citer ici, nous ont fait part de leurs expériences et savoir-faire à différents moments de ce processus et leur contribution est reflétée dans la forme et le fond de ce livre. Nous les remercions tous.

Stephanie Hankey, Darius Cuplinskas et John Peizer de l’Open Society Institute ont financé les modules de formation qui sont devenus ce livre : WITNESS tient tout particulièrement à leur exprimer sa gratitude. Nous remercions aussi toutes celles et ceux qui nous ont apporté leur soutien indéfectible au cours des ans, la Fondation Ford, l’Omidyar Network, la Fondation Skoll et la Glaser Progress Foundation, ainsi que les nombreuses autres fondations et donateurs individuels à travers le monde.

Chez Pluto, Anne Beech a patiemment guidé les premiers pas des éditeurs en herbe dans le processus de publication.

Parmi ces derniers, Sam remercie Larry pour sa tendre patience au fil de tant de jours et les partenaires de WITNESS pour leurs efforts en faveur de la justice, notamment, Joey Lozano et l’équipe de l’organisation Burma Issues qui n’ont cessé d'être une source d’inspiration.

Gillian Caldwell remercie Louis pour l’amour qu’il lui apporte et pour avoir accepté de rester à la maison pour s’occuper des enfants pendant qu’elle allait par monts et par vaux pour tenter de changer le monde. Elle remercie Steve Galster de l’avoir initiée au plaidoyer par vidéo. Et elle remercie ses parents : leur engagement à créer un monde meilleur est un modèle qui la guide et l’inspire.

Ronit Avni remercie les milliers de civils courageux qui luttent contre l’inégalité à travers le monde et qui personnifient la force de l’être humain et sa capacité à faire le bien. Vos actes quotidiens de courage, d’humilité, de détermination et de compassion au milieu de souffrances énormes nous inspirent, nous obligent à agir et nous transforment. Merci.

Thomas Harding : à mes enfants Kadian et Sam qui m’ont accompagné pendant mes premiers jours de plaidoyer par vidéo. Merci aussi à Anne d’avoir dit « oui » à nouveau. Et bien sûr, merci à DH.

Avant-propos

En 1998, je suis parti en tournée avec Amnesty International sur le « Human Rights Now ! Tour » pour célébrer le quarantième anniversaire de la Déclaration universelle des droits de l'homme. Nous voulions non seulement susciter auprès du public une prise de conscience des droits civils et politiques, mais aussi attirer leur attention sur leurs droits à la nourriture, au logement, aux soins médicaux, à l'éducation, à l'emploi et bien d'autres. Nous avons réussi à convaincre Bruce Springsteen, Tracy Chapman, Youssou N'Dour et Sting de se joindre à nous et avons visité plus de 19 pays.

La rencontre avec de nombreux survivants de violations des droits humains, qui nous ont raconté leur histoire, m'a profondément bouleversé. Je ne pouvais refuser de les aider. Certains vivaient dans la peur, régulièrement menacés et harcelés, d'autres avaient vu leurs familles assassinées, d'autres encore avaient subi d'effroyables tortures. Dans de nombreux cas, les auteurs de ces actes n'avaient pas été poursuivis.

Or, le plus choquant à bien des égards, c'est que nombre de ces abus étaient niés, enterrés, ignorés et oubliés et ce, malgré l'existence d'une multitude de rapports par écrit. Il était, dès lors, évident que s'il existait une preuve photographique ou filmée sur vidéo, les oppresseurs auraient bien peu de chances de s'en tirer impunément.

C'est pourquoi, lors de notre réunion annuelle de la Fondation Reebok pour les droits de l'homme, j'ai proposé de lancer une initiative visant à munir les défenseurs des droits humains de caméras vidéo (la Fondation Reebok pour les droits de l'homme a été créée à l'issue de la tournée Human Rights Now ! et décerne des prix à des jeunes de moins de 30 ans qui se sont distingués par leur courage, leur engagement et leur compassion dans ce domaine).

Ce n'est toutefois qu'en 1992, après la vidéo du passage à tabac de Rodney King à Los Angeles, que la Fondation s'est rendu compte de l'impact que pourrait avoir une caméra vidéo sur le combat en faveur des droits humains. Paul Fireman et l'équipe de Reebok ont généreusement accepté de soutenir cette initiative et Michael Posner, du Lawyers Committee for Human Rights, nous a hébergés dans ses locaux. C'est ainsi que WITNESS est née.

Au cours des 13 dernières années, la mission initiale de WITNESS n'a pas changé, mais nous avons parcouru beaucoup de chemin depuis le temps où notre unique ambition était de remettre des caméras vidéo à des groupes de défense des droits humains. Nous sommes aujourd'hui une organisation indépendante, dotée d'un processus rigoureux de demandes de partenariat, et nous prodiguons à nos partenaires une formation pratique sur le plaidoyer par vidéo. Nous servons d'intermédiaires entre nos partenaires, d'une part, et les responsables politiques et les journalistes, de l'autre, afin de garantir une distribution efficace de leurs vidéos. Nous projetons aussi celles-ci sur notre site Web, à la télévision et dans des festivals de films du monde entier afin qu'elles soient vues aux quatre coins de la planète. Depuis nos débuts, nous avons collaboré avec plus de 200 partenaires dans une cinquantaine de pays qui, ensemble, ont créé un fonds d'archives vivantes de plus de 2 000 heures de séquences importantes. C'est beaucoup, mais ce n'est rien si l'on pense à l'énorme demande qui existe pour notre soutien et au potentiel immense que cela représente. Pour répondre à ce besoin, nous avons récemment mis en place une formation à court terme destinée à un large éventail de groupes non affiliés qui œuvrent

pour la justice sociale. Notre rêve est de créer un mouvement mondial d'activistes équipés de ces puissants outils.

Je formule l'espoir que le travail novateur réalisé par la formidable équipe de Gillian Caldwell à WITNESS et par tous les groupes remarquables qui sont mentionnés dans ce livre incitera non seulement les défenseurs des droits humains, mais également tous ceux qui se soucient de la justice sociale, à tirer parti de toutes les possibilités qu'offrent la vidéo et les technologies informatiques.

À une époque où les médias sont de plus en plus concentrés entre les mains de quelques-uns, il nous faut des voix fortes, vibrantes et indépendantes, si nous voulons connaître toute la vérité ou chercher à obtenir justice. Nous avons là une occasion sans précédent de changer des vies.

La Déclaration universelle des droits de l'homme a défini ce que tout un chacun peut légitimement espérer et pourtant, bien peu de gens jouissent de ces droits. Avec une caméra au poing des activistes et une distribution ciblée de leurs images, nous verrons réellement ce qui se passe dans le monde. Espérons que nous voudrons alors être les champions du changement.

Peter Gabriel
Juillet 2005

Introduction

Ce livre est une invitation à découvrir le potentiel d'une simple caméra vidéo et le pouvoir qu'elle a de déclencher le changement social. Tous les jours, dans le monde entier, des activistes utilisent la vidéo de façon créative et stratégique pour faire entendre la voix des sans-voix et promouvoir des réformes importantes. Dans ce livre, nous vous montrerons comment ils procèdent et comment vous pourrez suivre leur exemple.

Il n'y a jamais eu de moment plus opportun pour commencer à utiliser à la vidéo en vue de créer un monde meilleur. Les caméras vidéo sont moins chères – elles sont maintenant intégrées dans les téléphones portables – et les logiciels de création de films sont préinstallés sur de nombreux ordinateurs personnels. Depuis le début des années 90, une technologie de plus en plus accessible et des prix de plus en plus abordables ont galvanisé le monde du plaidoyer par vidéo en faveur de la justice sociale. Le mouvement s'est également trouvé renforcé par de nouveaux vecteurs de distribution en ligne et hors connexion, par des moyens novateurs de contourner les traditionnelles sentinelles des médias et par la prolifération des organisations non gouvernementales et des mouvements populaires qui font valoir leurs droits, leurs voix et leur identité, en particulier dans les pays du sud.

Des organisations pionnières comme Appalshop aux États-Unis, le Proyecto de los Medios de Communicación en Chiapas au Mexique, CEFREC en Bolivie, la Drishti Media Collective en Inde, Undercurrents au Royaume-Uni, Labor News Production en Corée du Sud, INSIST en Indonésie et bien d'autres ont placé la vidéo au cœur de leurs campagnes sur les droits humains, l'écologie, la mondialisation des entreprises et les droits des peuples autochtones. Des individus et des coopératives, tel que le mouvement mondial Indymedia lancé en 1999 à Seattle, ont fait du World Wide Web un forum libre et ouvert pour la circulation d'informations et d'histoires inédites. La démocratisation de l'accès à la production et à la distribution permet à un nombre croissant de gens de participer à la tradition de la vidéo et du film pour documenter et dénoncer les fléaux sociaux qui sévissent de nos jours. Ce faisant, ces nouveaux activistes des médias perpétuent une tradition ancienne qui remonte aux documentaires sociaux d'avant-garde des années 30, aux expériences du cinéma-vérité des années 60 et aux mouvements des médias autochtones, communautaires et alternatifs des années 70, 80 et 90.

Ce livre vous guidera à travers le processus du « plaidoyer par vidéo ». Nous entendons par là l'utilisation de la vidéo en tant qu'*outil* indispensable des activités de plaidoyer en faveur de la justice sociale - un outil qui peut être déployé de façon aussi stratégique et efficace que les formes plus traditionnelles du « plaidoyer » que sont les différents moyens de pression visant à atteindre un objectif précis de changement, tels que la persuasion, l'établissement d'un réseau de relations, le lobbying, l'organisation et la mobilisation.

Nous nous inspirerons des expériences vécues par des vidéoactivistes pour la justice sociale à travers le monde, des groupes qui ont collaboré avec l'organisation des droits humains WITNESS où je travaille et des personnalités, plus ou moins connues, du monde du plaidoyer. Vous retrouverez tout au long de cet ouvrage l'accent qui est mis sur les qualités affectives et de compassion de la vidéo, sur sa capacité humanisant à communiquer au-delà des frontières. Nous soulignons aussi le besoin de collaboration au sein d'organisations et parmi des alliés externes afin de faciliter la production et

l’utilisation de la vidéo. Et nous insistons sur la nécessité de prévoir et de planifier à l’avance afin que la vidéo, en s’ajoutant à d’autres activités complémentaires, contribue à l’atteinte d’un objectif commun. Nous ne partons pas de l’idée que la diffusion télévisée est forcément le but recherché pour la plupart des productions vidéo. Au contraire, nous illustrons les obstacles que vous ne manquerez pas de rencontrer si vous essayez de faire diffuser votre vidéo à la télévision et vous montrons des méthodes alternatives qui vous permettront de la distribuer efficacement.

Vous n’avez pas besoin d’expérience préalable en matière de vidéo ou d’activisme pour tirer parti de ce livre – il vous suffit d’être intéressé à faire de la vidéo un pan efficace de vos activités en faveur de la justice sociale. Nous employons le terme « vidéo » pour désigner tout un ensemble de moyens audiovisuels dont le format, la longueur et les objectifs varient, et qui vont des documentaires de long et court métrage aux clips vidéo, en passant par les annonces d’intérêt public et les séquences brutes. Nous parlons fréquemment d’organisations, car le meilleur travail vidéo que nous ayons vu est souvent réalisé dans le cadre de campagnes soutenues par la stratégie de plaidoyer et de communication d’un groupe, d’une coopérative ou d’un mouvement. Il va de soi que la vidéo peut également être un instrument puissant aux mains d’un individu pour qui il sera tout aussi important d’identifier des alliés de même sensibilité qui pourront l’aider dans sa démarche.

N’oubliez pas que la technologie n’est pas un outil positif ou négatif. Ce qui compte, c’est ce que vous en faites. Comparez les images vidéo en provenance d’Irak qui sont diffusées dans les médias traditionnels et celles qui apparaissent dans les médias alternatifs, et vous verrez d’un côté les séquences contrôlées, préalablement censurées des journalistes « incorporés » dans les unités de combat et de l’autre, les voix non censurées d’Irakiens ordinaires et de soldats américains parlant du conflit et des effets dévastateurs de la guerre. Ces images ont, à la fois, permis de révéler les abus commis à Abou Ghraib et facilité la diffusion des scènes abjectes de décapitation aux mains des rebelles et des insurgés.

Plusieurs chapitres de ce livre étaient au départ des modules de formation conçus pour l’organisation des droits humains WITNESS <www.witness.org> : de nombreuses histoires racontées dans ces pages et l’approche que nous préconisons sont tirées de son expérience. WITNESS est une organisation basée aux États-Unis qui munit les défenseurs de droits humains à travers le monde de caméra vidéo et leur fournit une formation et un soutien afin qu’ils puissent promouvoir un changement durable par le biais de la puissance de l’image et du témoignage aux avant-postes du combat pour ces droits. Leur objectif, ce faisant, consiste à établir un lien avec des publics proches et lointains et les inciter à l’action.

Le travail de WITNESS repose sur des partenariats avec des groupes de défense des droits humains à travers le monde. Les organisations avec lesquelles nous sommes actuellement en partenariat travaillent sur les thèmes des enfants-soldats en République Démocratique du Congo, de la réforme des prisons pour mineurs aux États-Unis, des déplacements massifs de population et des atteintes aux droits humains en Birmanie, du travail forcé au Brésil, de la torture et son impunité au Mexique. Nous collaborons avec ces groupes à des campagnes spécifiques de plaidoyer pour des périodes allant d’un à trois ans. Dans chaque cas, nous avons examiné avec eux les moyens de faire de la vidéo une composante unique et essentielle de leurs campagnes en faveur du changement.

Avec l’aide de WITNESS, ces partenaires élaborent un plan centré sur l’utilisation de la vidéo en complément – et non en remplacement – d’autres formes plus traditionnelles de plaidoyer. Les partenaires identifient clairement les publics qu’ils doivent atteindre par le biais de leurs histoires et de leurs voix individuelles. Ils se servent du pouvoir unique de la vidéo afin d’apporter directement ces histoires et la « preuve » visuelle d’une situation à un organisme compétent en matière de droits de l’homme, à un responsable gouvernemental, à une communauté ou au grand public. Nous diffusons ensuite ces expériences et meilleures pratiques aussi largement que possible parmi nos partenaires et d’autres réseaux de producteurs et d’utilisateurs de médias en faveur de la justice sociale.

D’après notre expérience, la planification – et nous ne saurions trop insister sur l’importance de celle-ci – est l’étape la plus critique dans la réalisation d’une vidéo efficace sur la base d’une conception claire de la raison pour laquelle vous avez choisi d’investir vos forces dans le projet en question. Si vous ne savez pas pourquoi ni pour qui vous faites une vidéo de plaidoyer, vous perdrez en efficacité. Dans le premier chapitre, « La vidéo, instrument de plaidoyer », Gillian Caldwell, directrice exécutive de WITNESS depuis 1998, tire les enseignements de l’expérience qu'elle a vécue lorsqu’elle travaillait sur une campagne sans précédent contre la traite mondiale des femmes. Elle vous présentera les principales questions que vous devrez vous poser lorsque vous vous préparez à réaliser une vidéo.

La sécurité est un autre thème soulevé par l’expérience de Gillian, qui a tourné son film clandestinement dans l’ex-Union soviétique. Dans le cadre d’une production traditionnelle destinée à la diffusion, la sécurité des journalistes, des producteurs et de l’équipe fait généralement l’objet d’une attention minutieuse, tout comme le respect des procédures à suivre pour obtenir le consentement des personnes filmées. En revanche, quand votre film porte sur une question de justice sociale, vous devez sérieusement envisager tous les risques potentiels que vous courrez, et que courront les gens avec qui vous travaillez et ceux que vous filmez. Ces risques peuvent surgir avant, pendant ou même longtemps après le tournage de votre film : ils font l’objet du premier des trois chapitres (chapitre 2 - « Sécurité ») rédigés par Katerina Cizek, une cinéaste canadienne de tout premier plan, auteur de films sur la justice sociale, qui a coréalisé le documentaire primé *Seeing is Believing : Handicams, Human Rights and the News* (« Voir, c’est croire : les caméscopes, les droits de l’homme et les infos »).

L’un des aspects du processus de planification, décrit dans le chapitre « La vidéo, instrument de plaidoyer » et qui exige une attention toute particulière de votre part, est le choix de votre public et des histoires qui l’inciteront à agir. Un film visant à « mobiliser les troupes » requerra une approche différente d’un film destiné à convaincre un comité de législateurs impatients, pressés et sceptiques. Cette idée de « la narration au service du plaidoyer » est le thème du chapitre 3, également rédigé par Katerina Cizek. Elle explique comment envisager toutes les facettes d’une histoire de façon à toucher, mobiliser ou convaincre un public donné, ou le pousser à l’action en lui inspirant un sentiment de honte. Dans ce même chapitre, elle nous guide à travers les étapes de la préproduction, stade pratique et logistique du tournage d’un film qui intervient une fois que vous avez défini votre public et l’histoire.

Au début de sa collaboration avec ses partenaires, WITNESS se heurte souvent à l’idée que le tournage d’un film est un processus mystérieux, réservé de préférence aux professionnels. Mais il suffit de quelques heures pour que caméra au poing, nos

partenaires se rendent compte qu'il n'en est rien. L'acquisition des connaissances élémentaires en matière de vidéo relève d'une démarche simple et intuitive. La démystification de ce processus est l'objectif du chapitre 4 de ce livre, « La production vidéo : filmer une histoire », rédigé par Joanna Duchesne qui, pendant de nombreuses années, a été le producteur audiovisuel d'Amnesty International à Londres, avec le concours de Liz Miller qui enseigne la production vidéo à l'Université Concordia de Montréal. Elles prodiguent des conseils et proposent des exercices simples pour vous aider à progresser de la prise unique à la séquence. Elles expliquent aussi l'importance que revêtent les différents types de prises de vues au moment du montage.

Le montage – processus par lequel les composantes d'une vidéo s'assemblent pour former un tout satisfaisant et efficace – requiert des connaissances techniques plus complexes que le tournage. Mais que vous acquériez ou non votre propre savoir-faire à l'aide d'un logiciel de montage, comprendre les concepts qui sous-tendent le montage et les besoins d'un monteur est un élément essentiel pour tout réalisateur. Lorsque vous verrez la façon dont s'imbrique le matériel que vous avez filmé et que vous aurez pris conscience des questions éthiques qui peuvent être soulevées au moment du montage de vos images, votre capacité à créer des séquences percutantes n'en sera que renforcée. Dans le chapitre 5, « Le montage dans le cadre du plaidoyer » par Katerina Cizek, nous examinons le processus technique du montage et les contraintes particulières auxquelles vous êtes confronté en tant que cinéaste et activiste : l'obtention du consentement, la façon dont le style et la substance peuvent se contredire ou se renforcer mutuellement et l'utilisation (ainsi que l'impact sur vous et sur d'autres) d'images violentes ou troublantes ont des implications morales qu'il vous faudra considérer.

Puisque l'objectif d'un plaidoyer est de convaincre un public d'agir, une vidéo de plaidoyer n'a de valeur que si elle est vue. Dans les derniers chapitres de ce livre, nous examinons la façon de cibler la distribution à l'intention de différents publics. Utiliser la vidéo en tant que preuve devant un tribunal national ou international n'est pas, dans la plupart des cas, un processus facile. Bien souvent, son emploi sera limité par les règles régissant la recevabilité des preuves, la nécessité de pouvoir démontrer la chaîne de garde et l'impossibilité de soumettre un témoin filmé sur vidéo à un contre-interrogatoire. Dans le chapitre 6, « La vidéo en tant que preuve », Sukanya Pillay, l'ancienne coordinatrice des programmes de WITNESS, nous guide à travers les écueils à éviter afin d'introduire une vidéo dans un contexte juridique, et elle nous fournit des exemples qui sont source d'inspiration où son utilisation a été couronnée de succès.

Dans le septième et dernier chapitre, « La distribution stratégique », Thomas Harding, l'auteur de *Video Activist Handbook* (« Le Manuel du vidéoactiviste ») et cofondateur de l'organisation Undercurrents, nous montre comment distribuer efficacement une vidéo quand vous disposez de peu de moyens, mais savez exactement qui vous voulez toucher. Il explique comment organiser des projections au sein de la communauté, comment s'allier à des partenaires et travailler en réseau et comment accéder directement aux preneurs de décision ou utiliser les médias traditionnels et en ligne (voire comment créer vos propres médias). Il met l'accent sur la nécessité de choisir la bonne tactique pour votre public cible et brosse différents scénarios pour l'utilisation de votre vidéo : dans le bureau d'un législateur, à la télévision publique ou dans le cadre de projections au sein d'une communauté, méthodes qui peuvent toutes avoir un effet cumulatif et multiplicatif.

En annexe, nous avons inclus des formulaires et des listes de contrôle dont vous pourriez avoir besoin, ainsi qu’une copie du « Plan d’action vidéo » que WITNESS remet à ses partenaires afin de les guider dans leur réflexion sur l’usage de la vidéo pour le plaidoyer. Nous fournissons également une liste de ressources que vous pouvez consulter pour obtenir de plus amples informations, de même qu’un glossaire clair et précis des termes utilisés.

Les histoires que nous racontons ici ne sauraient couvrir tous les usages créatifs de la vidéo, ni le large éventail de groupes qui s’en servent avec dextérité pour promouvoir le changement. Mais nous espérons que le travail innovant décrit dans ce livre vous inspirera, vous et d’autres défenseurs de la justice sociale, à adopter cette méthode dans votre travail. Et comme le plaidoyer par vidéo est un domaine en constante évolution, nous serions heureux de connaître vos expériences ainsi que de recevoir votre feed-back et vos suggestions à <videoadvocacy@witness.org>.

Sam Gregory
Directeur des programmes de WITNESS

1
La vidéo, instrument de plaidoyer

Gillian Caldwell

En 1995, je travaillais en tant qu'avocate de défense des droits civils à Washington. L'un de mes amis, qui venait de rentrer de Sibérie où il était allé enquêter sur le commerce illicite des peaux de tigre, m'a raconté que pendant ses négociations clandestines avec les trafiquants, ces derniers avaient proposé de lui vendre des femmes. Il m'a demandé si je voulais l'aider à dénoncer cette pratique. Je lui ai répondu que je passerais quelques heures après le travail à faire des recherches sur la question pour voir ce que j'en pensais.

Deux semaines plus tard, je démissionnais de mon poste et me mis à camper dans son bureau, lui annonçant que je travaillerais comme serveuse, s'il le fallait, jusqu'à ce que nous ayons récolté les fonds dont nous avions besoin pour lancer notre campagne sur le trafic illicite des femmes en provenance de Russie destinées à la prostitution forcée.

C'est ainsi qu'a commencé mon aventure dans le plaidoyer par vidéo. A peine deux ans plus tard sortait notre film *Bought & Sold : An Investigative Documentary About the International Trade in Women* (« Vendues & achetées : Un documentaire d'enquête sur la traite internationale des femmes »), qui a reçu une large couverture médiatique par la presse internationale, notamment la BBC, CNN, le *New York Times* et le *Washington Post*, et qui a entraîné des modifications notables de politiques au plan international.

Bought & Sold présentait un mélange original de vidéo sous différents formats. Il y avait d'abord des séquences clandestines filmées au moyen de caméras cravate miniatures au cours de nos rencontres avec la mafia russe lorsque nous nous faisions passer pour des acheteurs internationaux intéressés à acheter des femmes destinées à la prostitution. Il y avait ensuite des conversations avec des femmes à travers le monde qui avaient été vendues à des fins d'exploitation sexuelle. Et enfin, des interviews avec des avocats et des activistes qui permettaient de cerner les principaux thèmes relatifs au trafic des femmes et de formuler des recommandations à l'intention des responsables politiques.

La raison pour laquelle *Bought & Sold* a eu un impact aussi considérable au plan international est que ce film était un pionnier dans les faits qu'il révélait à l'aide d'un puissant moyen visuel. Il pouvait par ailleurs être projeté devant des publics très divers, tels que les forces de l'ordre, des ONG de défense des droits de la femme, des femmes et des jeunes filles risquant d'être recrutées, ainsi que de nombreux décideurs à travers le monde.



Figure 1.1 : Séquence filmée clandestinement pour *Bought & Sold* (Global Survival Network/ WITNESS)

La vidéo présente plusieurs atouts qui nous ont convaincus de l’avantage qu’il y aurait à consacrer le temps, l’énergie et les ressources nécessaires à son intégration dans notre travail. Nous nous sommes rendus à l’évidence que la vidéo, parce qu’elle établit un lien entre les spectateurs et les histoires des personnes qu’elle relate, pouvait avoir un fort impact émotionnel. Elle peut ainsi mettre en lumière de forts contrastes visuels et apporter une preuve directe d’atteintes aux droits humains. Elle peut être utilisée comme un véhicule pour bâtir des coalitions avec d’autres groupes qui travaillent sur un problème particulier. Elle peut atteindre un large éventail de personnes, puisqu’il n'est pas nécessaire de savoir lire pour recevoir l’information. Elle peut aider à contrer les stéréotypes et vous permettre de toucher de nouveaux publics, différents et multiples, en particulier si l’information peut être diffusée à la télévision. Et enfin, elle peut être utilisée dans des segments de longueur variable selon les contextes.

Mais en dépit de ses atouts, la vidéo n’est pas forcément appropriée à toutes les campagnes ou toutes les organisations. D’abord parce qu’il s’agit d’une entreprise qui prend beaucoup de temps et qui peut coûter cher. Ensuite – et c’est une question que nous nous posons souvent à WITNESS – parce qu’il n’est pas toujours possible de rapporter de façon convaincante une situation particulière par le biais d’images et d’histoires personnelles. Avez-vous en effet accès à ces images ou est-ce que les risques et difficultés pour les obtenir sont des obstacles que vous aurez du mal à surmonter ? Quand vous vous demandez s’il faut utiliser la vidéo, ce qui importe, au-delà de la force des images, c’est le poids des histoires qu’elles contribuent à transmettre. Une vidéo n’a de pouvoir que dans sa capacité à toucher les gens qui la regardent, à les relier à l’expérience vécue par les personnes montrées dans le film et enfin, à les amener à s’engager pour

faire une différence. Avez-vous accès aux personnes et aux histoires qui vous permettront de conférer à votre vidéo une force aussi indéniable que mobilisatrice ?

Ce chapitre présente un bref survol stratégique des quelques thèmes clés qui sous-tendent l'ensemble du livre et vous permettra de commencer à réfléchir à la question de savoir si la vidéo est adaptée à vos campagnes de plaidoyer et le cas échéant, comment l'intégrer. Je fais appel ici à l'expérience que j'ai vécue entre 1995 et 1998 lorsque j'ai lancé la campagne vidéo de plaidoyer contre la traite des femmes, et aux enseignements de nombreux autres défenseurs de la justice sociale dans le monde qui utilisent la vidéo pour promouvoir leur cause. Je vous encourage aussi à lire le « Plan d'action vidéo de WITNESS » (voir annexe I) qui vous guidera, de façon plus formelle, étape par étape et question par question dans le processus d'intégration de la vidéo dans vos activités.

* * *

Pour commencer, quand nous parlons de « plaidoyer par vidéo », qu'entendons-nous par là ?

Le « plaidoyer par vidéo » est le processus qui consiste à intégrer la vidéo dans vos activités de plaidoyer en vue d'accroître la visibilité ou l'impact de votre campagne.



Figure 1.2 Femmes interviewées pour un film de RAWA, tourné en Afghanistan peu après la chute des Talibans (RAWA/WITNESS)

Le « plaidoyer » est le processus qui consiste à œuvrer pour une position, un résultat ou une solution particulière. Par exemple, dans le domaine de l'environnement, vous vous mobilisez pour empêcher la construction d'une usine de traitement des déchets dans un quartier pauvre. Dans le contexte des droits humains ou des droits civils, vous vous

organisez pour empêcher qu'une femme ne soit lapidée à mort pour infidélité envers son mari ou pour demander la modification de lois en vue de promouvoir les droits de la femme. Ou encore vous rassemblez le soutien de la communauté en faveur de la construction d'une nouvelle école.

Tous ces efforts représentent différents types de plaidoyer et chacun exige une analyse particulière de divers facteurs importants qui poseront les fondements d'une campagne réussie. Par exemple, qui est le mieux à même de vous aider à obtenir ce que vous cherchez ? Comment pouvez-vous influencer votre public cible ? Quels arguments, quelles histoires ou quelles preuves voulez-vous présenter ? Où et quand ?

Lorsque vous examinez la question de l'intégration de la vidéo dans votre travail de plaidoyer, le processus peut être divisé en cinq étapes clés :

- 1ère étape : définissez vos buts.
- 2e étape : parlez à d'autres personnes qui ont travaillé sur le même sujet. Qu'est-ce qui a marché, qu'est-ce qui n'a pas marché et pourquoi ?
- 3e étape : analysez votre style et vos forces et identifiez vos alliés.
- 4e étape : définissez votre public et réfléchissez à la manière de lui transmettre votre message – votre format, votre style et le « messager ».
- 5e étape : décidez de votre degré de participation et commencez à planifier la production et la distribution.

1ère étape : définissez vos buts

Si la traite des femmes à des fins de prostitution forcée existe depuis des siècles, à compter de 1995, le trafic en provenance de Russie vers l'Asie, l'Europe occidentale et les Etats-Unis est un phénomène en pleine expansion qui a fait son apparition à la suite de la chute du Mur de Berlin. Nous savions que le trafic en provenance d'Asie et d'Amérique latine avait fait l'objet de reportages écrits et filmés, mais nous avions remarqué qu'ils n'avaient pas reçu une attention adéquate de la part du gouvernement américain ou de la communauté internationale. Nous espérions qu'une campagne axée sur une région d'un intérêt stratégique pour les Etats-Unis (à savoir l'ancien bloc de l'Est) et articulée autour d'une vidéo percutante de notre enquête clandestine saurait susciter un regain d'intérêt pour ce problème à l'échelle internationale. Notre premier objectif était donc de nous attaquer à la méconnaissance fondamentale de l'ampleur et des différentes facettes de la traite des êtres humains, industrie considérée comme aussi lucrative que le trafic international des stupéfiants et des armements. Nous voulions éduquer les gouvernements et le public.

Le deuxième objectif, lié au premier, était de faire campagne pour l'adoption de lois et de mesures pour combattre le trafic qui garantissent un traitement équitable des femmes sur les plans juridique et judiciaire. Par exemple, nous voulions faire en sorte qu'elles reçoivent une aide dans une langue qu'elles comprennent, qu'elles obtiennent, le cas échéant, un sursis à un ordre d'expulsion et qu'elles disposent du temps nécessaire pour décider si elles voulaient témoigner contre les filières de trafiquants. Nous voulions aussi qu'elles bénéficient, si besoin, d'un programme de protection des témoins et qu'elles reçoivent l'aide nécessaire pour répondre à leurs besoins fondamentaux tels que le logement, une assistance psychologique, les soins de santé et autres, à partir du moment où leur condition de victimes de l'industrie du sexe aurait été établie.

Notre troisième objectif était de promouvoir le financement d'organisations locales en Europe centrale et orientale susceptibles de pouvoir éduquer et soutenir les femmes à risque ou celles qui étaient déjà prises dans les filets des trafiquants.

Tous ces objectifs ont fait l'objet d'une analyse approfondie avant le début de notre enquête et du tournage de notre film afin d'en comprendre tous les tenants et aboutissants. Nous les avons gardés constamment à l'esprit pour nous assurer qu'ils coïncidaient bien avec les nouvelles perspectives et expériences que nous acquérions tout au long du processus. Il nous fallait aussi veiller à ce que les arguments que nous rassemblions soient suffisamment probants pour amener le changement que nous recommandions.

La première question qu'il faut donc se poser, quand on réfléchit à une stratégie de plaidoyer par vidéo, est la suivante : *Quel est le problème que nous cherchons à résoudre et quelles solutions voulons-nous proposer ?* Par exemple, dans une campagne en faveur des droits humains ou civils, il est important de déterminer dès le début si la campagne a pour objet de modifier le système juridique ou si au contraire, elle vise à s'attaquer à la non-application ou au non-respect de lois déjà en vigueur. Dans la plupart des cas, il existera des lois nationales et internationales, des traités et des conventions interdisant les violations que vous aurez identifiées : votre campagne aura alors pour objet de documenter et dénoncer les violations commises et de faire pression sur les parties concernées pour qu'elles prennent les mesures qui mettront fin à ces abus. Dans d'autres cas, vous trouverez la solution à votre problème non pas dans le système juridique, mais en faisant appel à la solidarité communautaire ou à l'action collective, ou encore en convaincant des individus particuliers qu'il est dans leur meilleur intérêt de se comporter ou d'agir différemment. C'est ici, lorsque vous cherchez à illustrer avec force la dimension humaine d'une situation ou d'un problème pour des publics clés, que la vidéo peut jouer un rôle crucial.

Deuxième étape : parlez à d'autres gens qui ont travaillé sur le même sujet. Qu'est-ce qui a marché, qu'est-ce qui n'a pas marché et pourquoi ?

Comme je l'ai mentionné plus haut, nous avions découvert lors de nos recherches initiales que d'autres documentaires avaient été réalisés sur le thème de la traite des femmes, notamment en Asie du Sud-est, mais qu'ils n'avaient pas rencontré l'écho espéré par les activistes dans les milieux nationaux et internationaux. Nous sommes partis de l'hypothèse, certes cynique, mais peut-être réaliste aussi, qu'une vidéo documentaire portant sur la traite de femmes blanches en Russie susciterait davantage l'intérêt du gouvernement américain et qu'une fois que nous aurions son attention, nous pourrions élargir le champ de notre campagne à l'ensemble du problème mondial. Nous avions aussi remarqué que les activités de plaidoyer contre la traite des femmes avaient marqué une certaine pause aux Etats-Unis à ce moment-là.

Il est très important de prendre la mesure du « paysage » autour du problème que vous voulez traiter. Très peu de campagnes de plaidoyer sont couronnées de succès si elles sont menées isolément : de nombreux individus et organisations, souvent de différentes parties du monde, jouent en effet un rôle qui influe sur le cours des événements.

Bien souvent, les groupes communautaires et les organisations non gouvernementales ne parviennent pas à collaborer les uns avec les autres aussi efficacement qu'ils le

pourraient, que ce soit à cause de la concurrence autour de ressources rares, des différences de personnalité, du choc des ego ou des divergences politiques concernant les recommandations de réforme. Si possible, tirez les enseignements du travail réalisé par d'autres activistes et trouvez des moyens de vous soutenir mutuellement avec le matériel vidéo que vous produirez. Plus votre réflexion autour de problèmes et de solutions sera tactique et collaborative, plus votre campagne aura de chances de réussir - et plus vous aurez d'alliés qui seront intéressés à utiliser votre vidéo pour vous aider dans votre plaidoyer. Dans notre cas, nous avons fait des recherches sur des dizaines d'organisations clés à travers le monde qui travaillaient déjà sur le problème, nous les avons contactées et avons tiré les enseignements de leur travail. Nous les avons impliquées dans la production de notre vidéo par le biais d'interviews filmées et non filmées et leur avons demandé leur avis concernant les principales recommandations de réforme. Le développement de ce processus inclusif a permis de renforcer leur lien avec la vidéo, qui est devenue une ressource qu'ils pouvaient utiliser pour soutenir leurs propres activités.

3ème étape : analysez votre style et vos forces et identifiez vos alliés

Il est important d'être aussi objectifs et lucides que possible quand vous analysez votre style et vos forces. Dans notre cas, nous étions une jeune pousse de taille modeste et manquante de ressources. Pour cette campagne ambitieuse d'envergure internationale, nous n'étions que deux et mon collègue, lui, ne travaillait qu'à temps partiel. Nous n'avions aucune renommée ou expérience en la matière au sein de la communauté nationale ou internationale. En fait, nous n'avions même pas le statut d'association à but non lucratif aux Etats-Unis et notre sponsor, pour des raisons fiscales, était le *Marine Mammal Fund*, un groupe ayant travaillé sur la traite des espèces menacées. Inutile de dire qu'il n'a pas été facile de faire reconnaître nos qualifications pour mener une enquête clandestine sur la mafia russe!

Il était donc évident dès le départ que nous devions adopter une approche très collaborative. Il n'y avait nul besoin de réinventer la roue, puisqu'il existait déjà un réservoir important de recherches et d'analyses sur le sujet, mais nous avions besoin d'alliés crédibles. L'idée était de tirer parti du travail effectué par des coalitions internationales telles que l'Alliance mondiale contre le trafic des femmes. Nous avons trouvé la communauté internationale très réceptive à nos demandes d'interviews et d'informations et n'avons que rarement rencontré ce qu'on caractérise parfois de comportement « territorial » parmi les associations à but non lucratif et les organisations non gouvernementales. Votre approche est très importante et influe, bien évidemment, sur la réponse que vous recevrez.

La force du matériel que nous avons recueilli dans le cadre de notre enquête, l'intérêt insatiable des médias pour ce sujet et le supplément de crédibilité que nous avons acquis en nommant plusieurs experts bien placés à notre comité consultatif ont ouvert les portes qui nous ont permis à l'automne 1997 d'avoir l'oreille de conseillers clés de l'administration Clinton au moment de la constitution du premier groupe de travail interagence sur la traite des femmes. Nous avons également collaboré avec nos collègues du mouvement à la rédaction d'une résolution pour feu le sénateur Paul Wellstone qui a servi de base à une loi bipartisane sur la protection des victimes de la traite (*Trafficking Victims Protection Act*) adoptée par le Congrès en 2000. Et nous sommes devenus la seule ONG partenaire de l'Open Society Institute/Soros Foundation dans le cadre d'une

initiative régionale en Europe centrale et orientale destinée à former, financer et soutenir des ONG dans leur combat contre le trafic des femmes.

C'est notre engagement à impliquer toute une série d'acteurs clés tout au long du processus qui a contribué au succès de notre campagne de distribution à l'échelle internationale : ces derniers ont révisé les scripts et les séquences brutes et leurs voix sont entendues et reflétées dans le résultat final de sorte que le film est devenu aussi le leur et qu'ils ont commencé à l'utiliser dans leur propre travail.

Il est très important à ce stade de votre réflexion de déterminer quelles sont vos forces. Des questions telles que : sommes-nous une ONG avec une organisation formelle ou un mouvement populaire pour le changement ? Notre force réside-t-elle dans notre accès à des communautés locales qui peuvent être mobilisées ou avons-nous une crédibilité bien établie et un accès aux « coulisses du pouvoir » ? Utilisons-nous une approche articulée autour du recours en justice, une stratégie de manifestation populaire, une tactique de lobbying ou une combinaison de ces méthodes ? Travaillons-nous mieux en coalition ou indépendamment ? Qui sont nos alliés clés ?

Pour les organisations déjà établies, vous avez peut-être déjà un style et une réputation qui vous aideront à définir votre approche sur ce plan. Si vos appuis se situent au niveau local, envisagez d'exploiter cette force pour filmer une vidéo pouvant être utilisée pour éduquer un public plus large et l'inciter à agir. Si vous avez plus d'influence avec des officiels bien placés et des organismes publics, songez à réaliser une vidéo qui les éduque, les informe et les motive à agir en faveur du but que vous vous êtes fixé. Vous pouvez, dans le meilleur des cas, tracer les grandes lignes d'une vidéo pouvant s'adresser à des publics divers. Quoi qu'il en soit, faites des recherches approfondies, collaborez autant que possible avec d'autres et, même si devez garder à l'esprit toute une série d'objectifs clairs et réalisables, n'oubliez pas de rêver. A la fin, nos réalisations ont dépassé nos rêves les plus fous.

4ème étape : définissez votre public et réfléchissez à la manière de lui transmettre votre message

Dans notre campagne sur la traite des femmes, nous avions de nombreux publics et alliés en tête. Nous voulions toucher un public international à l'échelle mondiale, les femmes risquant d'être recrutées, les organisations travaillant à la sensibilisation à ce problème, les pouvoirs publics du monde entier et les organisations intergouvernementales comme les Nations Unies.

Il est très important de savoir qui sont vos publics clés dès le commencement de toute campagne pour le changement et c'est tout aussi vrai quand vous prévoyez d'y intégrer la vidéo. L'une des prémisses fondamentales d'une stratégie de communication est qu'il vous faut avoir un message clair et concis et que vous devez définir votre public cible avant de pouvoir formuler votre message. Un public clairement défini rend plus facile le tournage et la construction d'un argument de poids par la vidéo. Mais n'oubliez pas que certaines des campagnes de plaidoyer par vidéo les plus réussies s'adressent à plusieurs publics simultanément ou utilisent successivement une diversité de supports adaptés aux différents contextes. Analysez votre situation attentivement pour déterminer la procédure que vous suivrez.

En premier lieu, comment définir votre public ? Vous devez décider quel public a le plus d'influence sur le changement que vous cherchez à obtenir : avez-vous accès à ce

public ou devez-vous d'abord rechercher des alliances ou travailler avec un public intermédiaire ?

Une fois que vous aurez identifié votre public, vous devez être sûr que vous savez ce que vous voulez qu'il fasse et comment le convaincre de se joindre à vos efforts. S'il a un intérêt direct à agir, décidez qui l'encouragera à s'engager. Définissez ce qui est susceptible de l'attirer, le convaincre ou l'intriguer au niveau de l'information factuelle qui est présentée, des personnes interviewées ou représentées et des experts que vous pourriez inclure pour le commentaire. Vous devez aussi savoir qui vous risquez d'aliéner ou de repousser quand vous faites ces choix. Pour une analyse plus détaillée de ce processus, voir le chapitre 3 ci-après.

Une fois que vous aurez défini vos publics clés et vos buts et formulé votre message, vous pouvez dresser un plan de distribution en vous inspirant de certaines des stratégies présentées dans le chapitre 7. Vous devez réfléchir avec soin au moment adéquat pour la présentation de votre vidéo à votre public, ainsi qu'au messager ou au « porteur » le plus approprié de ces informations : est-ce vous ou votre organisation ou au contraire quelqu'un d'autre qui doit s'en charger ? Tous ces points doivent être définis, du moins sous forme de projet, avant de commencer la production ou la sélection d'une vidéo à utiliser dans le cadre de votre campagne de plaidoyer.

5ème étape : décidez de votre degré de participation et commencez à planifier la production et la distribution

Lorsque vous vous apprêtez à lancer une campagne articulée autour de la vidéo, il y a différents degrés de participation dans le processus même de réalisation qu'il vous faut prendre en compte. Si vous disposez de moyens limités, vous pourriez décider d'utiliser un film existant pour votre campagne, puisque la production d'une vidéo prend toujours plus de temps et coûte toujours plus cher que les communications web ou écrites.

Si vous avez les ressources nécessaires, vous pourriez vous associer à un réalisateur qui produit un film sur le sujet et lui apporter un soutien soit sous forme de conseil, de contacts pour le tournage et les interviews et/ou de fonds.

La troisième option est d'entreprendre la réalisation du film vous-même. Dans le cas de *Bought & Sold*, nous avons choisi de produire un film de 42 minutes qui est devenu le cœur de notre campagne. Mais il nous a fallu deux ans de travail acharné et plus de 150 heures de séquences filmées ! Réaliser un film de la longueur d'un documentaire est une entreprise énorme en termes de temps et de moyens, même si le développement de la vidéo numérique et des logiciels de montage sur ordinateur portable a permis de réduire les coûts de production. Les organisations et les individus qui débutent dans la réalisation de films s'attaquent non seulement à l'apprentissage des techniques de tournage, mais aussi à l'approfondissement de leur connaissance du sujet qu'ils souhaitent aborder. Ce sont donc surtout des organisations de taille plus importante qui décident de se charger elles-mêmes de la production de vidéos de cette envergure. Ce choix requiert une planification exhaustive et l'engagement de ressources financières et humaines conséquentes. Vous en saurez plus en lisant le chapitre 4.

Si vous décidez d'entreprendre la production vous-même, il vous faudra déterminer la longueur du film et décidez si vous réaliserez des versions en plusieurs langues et avec des contenus différents. Il n'est pas toujours nécessaire ni même recommandé de produire une vidéo de 40 minutes ou plus – bien des campagnes réussies ont été appuyées par des

vidéos de cinq à vingt minutes. En fait, une vidéo de quinze à vingt minutes est souvent la longueur idéale pour présenter à un groupe donné les aspects fondamentaux d'une question et pour instaurer un lien entre lui et les problèmes humains évoqués. A partir de là, l'activiste pourra l'orienter et l'amener à agir pour combattre le problème.

Que vous ayez décidé de réaliser votre propre vidéo ou d'utiliser un film produit par d'autres, il existe de nombreuses façons de l'intégrer dans votre campagne pour le changement. Sachez que ces méthodes ne s'excluent pas l'une l'autre et que vous pourriez utiliser plusieurs d'entre elles pour toucher ou communiquer avec différents publics. Choisir le bon moment est souvent crucial : voyez l'étude de cas ci-après concernant un hôpital psychiatrique au Paraguay et l'impact cumulatif qu'a eu l'utilisation de la vidéo dans le contexte juridique, d'une part, et dans les médias, de l'autre. Thomas Harding commence aussi son chapitre par un exemple tiré de sa propre expérience où il montre comment exploiter divers canaux de distribution pour obtenir un plus grand effet.

Utiliser la vidéo pour organiser communautés et alliés

L'Ella Baker Center for Human Rights en Californie, en collaboration avec WITNESS et d'autres alliés, a utilisé avec succès la vidéo pour mobiliser des jeunes et les amener à faire pression sur le comté d'Alameda en Californie en vue de l'abandon d'un projet de construction d'une « super-prison pour enfants ». *Books Not Bars* (« Des livres, pas des barreaux ») est une vidéo de 22 minutes qui porte sur l'impressionnant mouvement dirigé par des jeunes contre le développement de l'industrie pénitentiaire aux Etats-Unis et notamment en Californie. La vidéo s'adresse particulièrement aux jeunes de couleur qui sont dans une mesure disproportionnée les victimes des abus révélés dans le film pour les encourager à participer à la campagne locale. WITNESS et ses partenaires ont préparé un dossier d'action pour accompagner la vidéo qui explique de façon tangible comment les jeunes peuvent participer au mouvement pour réformer le système pénitentiaire, ainsi que des plans d'étude détaillés destinés aux lycéens illustrant la problématique de l'incarcération à la lumière des droits humains. Les deux ans de campagne collaborative menée par l'Ella Baker Center et d'autres groupes au niveau local ont finalement abouti à l'abandon du projet de « super-prison pour enfants ».

La vidéo, dans des styles, formats et longueurs différents, peut, si elle est accompagnée d'un réseau de distribution adéquat et de supports complémentaires tels que manuels, dossiers d'information ou dossiers d'action, être un vecteur idéal pour un public local.

L'utilisation de la vidéo par les communautés dans un contexte « participatif »

La vidéo participative a souvent été utilisée dans le contexte du développement pour documenter et illustrer la façon dont une communauté trouve une solution aux problèmes qu'elle affronte. Si WITNESS n'utilise pas cette méthode, de nombreuses organisations pour le développement et les droits humains y ont recours avec d'excellents résultats. Voyez, par exemple, la description de l'organisation locale pour le développement « Maneno Mengi » en Tanzanie, qui est citée dans le livre *Making Waves* (« Faire des vagues »):

> Examinez cette scène au marché de poissons de Kilwa dans la région de Mtwara dans le sud-est de la Tanzanie : les images montrent un groupe de pêcheurs accusant le directeur du district de ne pas partager les recettes fiscales avec le fonds pour l'environnement marin et le village. « C'est la vérité. Ils récoltent l'argent, mais la manière dont ils l'utilisent est mauvaise, comme vous pouvez le voir. Lui, il ne sait même pas ce qu'il récolte et nous, nous ne savons pas ce que nous devrions recevoir. C'est comme ça que leurs ventres deviennent plus gros et que nous devenons très maigres. »
>
> La discussion continue comme si la caméra n'était pas là ; les gens se sont habitués à l'avoir en leur milieu comme un autre participant. Personne ne la regarde ; personne ne modifie ses propos ou son attitude pour lui plaire. C'est l'une des séances de vidéo participative organisées par Maneno Mengi et ce n'est qu'une étape parmi d'autres du long processus qui consiste à utiliser les outils vidéo pour aider une communauté à mieux comprendre une initiative de développement social ou économique.
>
> Le produit final, *Utuambie Wananchi*, est un « sommaire vidéo », un court reportage sur l'évolution du processus interactif sur plusieurs mois. Mais ce n'est ni le résultat final ni l'objectif principal, seulement un moyen, sous forme synthétique, de partager avec d'autres cette expérience. Le véritable objectif du travail de Maneno Mengi porte sur le processus de participation interactive.[1]

A travers le monde, la vidéo est de plus en plus fréquemment utilisée pour éduquer un groupe, renforcer son identité culturelle et promouvoir sa participation au niveau organisationnel et politique. Dans le processus de vidéo participative, les membres de la communauté filment, regardent et utilisent la vidéo qu'ils tournent et le *processus* est généralement considéré comme plus important que le *produit*, ainsi que le démontre l'expérience de Maneno Mengi. C'est très différent de l'approche où une organisation ou un réalisateur de l'extérieur tourne une vidéo et développe une histoire qui sera utilisée par les membres de la communauté à des fins d'éducation et de mobilisation sur les problèmes qui les touchent.

Transmission en continu de séquences vidéo sur Internet (streaming) en association avec d'autres campagnes de plaidoyer

Une bande-annonce du documentaire événement de Michael Moore, *Fahrenheit 911*, a été diffusée sur le net et circulée par de nombreux groupes, tels <www.moveon.org>, à travers les Etats-Unis dans le cadre d'une initiative très réussie pour encourager les gens à assister à la première du film et les amener à se joindre à la campagne d'inscription des électeurs pour les présidentielles de 2004 aux Etats-Unis. La diffusion de séquences sur Internet ouvre de formidables perspectives dans le cadre des activités de plaidoyer, surtout si elles sont accompagnées d'autres supports tels que des informations de fond, des liens et autre documentation pertinente, ainsi qu'un appel à l'action. Voyez les diffusions vidéo en ligne de WITNESS sous « Rights Alert » <www.witness.org> pour de nombreux exemples. Mais n'oubliez pas que vos séquences vidéo ne pourront être visionnées que par les internautes qui disposent de connexions et d'ordinateurs suffisamment rapides pour visionner ou télécharger une vidéo et entendre le son. L'Internet vous permet de toucher un public international solidaire de votre cause, une diaspora ou une population en exil dans les pays dotés d'une connectivité Internet à haut débit. Mais ce ne sera sans doute pas le meilleur moyen d'atteindre des populations qui vivent dans des zones rurales reculées dans des pays en développement ou d'autres

communautés qui n'ont pas de connexions Internet. Pour de plus amples informations, voir le chapitre 3.

Présentation de vidéos ciblées et orientées vers la prise de mesures à des responsables de gouvernement, d'entreprises ou d'ONG

Amazon Watch, un ONG qui milite pour l'environnement, a produit *Camisea Project*, un film qui montre clairement les dommages causés aux communautés et aux habitats locaux par un gazoduc péruvien. Sous la pression croissante de groupes de défense de l'environnement et des droits humains, conjuguée à celle de plusieurs membres du Congrès, le conseil de l'Export-Import Bank of the United States, qui est financée par les contribuables, a refusé, après avoir vu les images filmées par Amazon Watch des terres dévastées par le gazoduc, l'octroi d'un financement de 1,3 million de dollars pour ce projet.

Dans bien des cas, pouvoir s'adresser à une commission gouvernementale, un responsable d'une ONG ou d'une entreprise clé sera d'une importance capitale pour votre plaidoyer. De nombreux preneurs de décision ne sont pas exposés régulièrement aux voix de celles et ceux qui sont victimes des abus et des problèmes contre lesquels leur électorat s'élève. Amener ces voix directement dans leurs bureaux peut être très efficace si cette action est accompagnée de rapports bien documentés et de recommandations concrètes et réalistes sur la façon de résoudre le problème. D'après mon expérience, ce qui compte, ce n'est pas tant combien de personnes voient votre vidéo, mais qui. Ainsi, les projections ciblées que nous avons réalisées auprès de responsables clés dans le cadre des campagnes de plaidoyer de nos partenaires ont souvent donné les meilleurs résultats.

La vidéo présentée comme élément de preuve devant un tribunal national, un organe régional ou une cour internationale

L'organisation phare Mental Disability Rights International (MDRI), qui lutte pour les droits des personnes souffrant de troubles mentaux, a collaboré avec WITNESS à la fin de l'année 2003 à la réalisation d'une vidéo devant être présentée à la Commission interaméricaine des droits de l'homme (CIDH), une composante du système juridique panaméricain. Cette vidéo, qui révélait les conditions inhumaines prévalant à l'Hôpital Neuropsychiatrique du Paraguay, se concentrait sur deux adolescents, Jorge et Julio, enfermés dans des cellules d'isolement depuis plus de quatre ans, nus et sans accès aux toilettes. Leurs cellules empestaient l'urine et les excréments dont les murs étaient recouverts. En décembre 2003, MDRI a soumis une pétition d'urgence à la CIDH lui demandant d'intervenir au nom des deux jeunes et de 458 autres patients de l'hôpital. Outre un mémoire juridique, l'organisation a présenté un témoignage vidéo des conditions régnant dans l'établissement. A la suite de cela, et pour la première fois dans son histoire, la CIDH a approuvé l'adoption de mesures urgentes pour protéger la vie et l'intégrité physique des personnes se trouvant dans des établissements psychiatriques – un précédent qui peut désormais être cité dans d'autres pays de la région.



Figure 1.3 Image en provenance de l'intérieur d'un établissement psychiatrique, filmée par Mental Disability Rights International (MDRI/WITNESS)

MDRI et WITNESS ont ensuite présenté ce sujet au public en diffusant la vidéo sur leurs sites web et en collaborant avec *CNN en Español* pour un second reportage. Face à cette couverture médiatique, le Président du Paraguay et le Ministre de la Santé se sont personnellement rendus dans l'hôpital. Ils ont limogé son directeur et instauré une commission d'enquête sur la question.

Comme vous le voyez, vos séquences montées ou non montées peuvent être recevables devant une cour de justice ou dans le cadre d'une procédure judiciaire moins formelle et être utilisées comme une importante source de preuve. Mais pour ce faire, vous devez connaître les règles de procédure de l'instance concernée. Pour de plus amples informations, voir le chapitre 6.

Soumettre une vidéo devant les organes conventionnels, un rapporteur spécial ou un groupe de travail des Nations Unies

WITNESS a aidé Human Rights Alert, un groupe de Manipour dans le nord-est de l'Inde, à soumettre au Groupe de travail des Nations Unies sur les disparitions forcées et involontaires le récit filmé sur vidéo de témoins oculaires – notamment de membres de la famille – concernant la « disparition » forcée de Sanamacha, un jeune garçon enlevé par le gouvernement indien qui le soupçonnait d'appartenir au mouvement sécessionniste de Manipour. La douleur de la famille et la crédibilité de la version des événements relatée par les témoins oculaires ont manifestement ébranlé les représentants des Nations Unies. Si la pratique des disparitions à Manipour n'était pas inconnue du Groupe de travail, la présentation d'une histoire personnelle conférant un poids indéniable aux faits et aux chiffres recueillis l'a amené à réitérer sa demande au gouvernement indien d'intervenir. Cette requête, ainsi que d'autres pressions exercées au niveau local, ont

conduit le gouvernement de l’Etat de Manipour à instaurer une commission d’enquête chargée de faire la lumière sur cette affaire.

Les rapports sous forme de vidéo destinés aux organes des Nations Unies ou d’autres instances intergouvernementales peuvent être structurés de façons différentes : comme un documentaire de fond sur le sujet concerné ; en complément à un rapport écrit qui est soumis par une ONG à un organe conventionnel des Nations Unies ; comme le témoignage direct, non monté, des victimes d’une violation ; ou encore comme une séquence brute sans montage d’une violation ou d’un événement particulier. Dans la plupart des cas, il vous faudra fournir de pair avec cette vidéo une documentation écrite et établir le lien entre le contenu de la vidéo et les arguments présentés dans la soumission écrite. N’oubliez pas que si vous optez pour cette solution, vous devrez organiser une projection de votre vidéo, suivie d’une session de questions-réponses, afin de pouvoir informer de façon adéquate l’organe des Nations Unies ou l’instance intergouvernementale qui visionne votre vidéo. Il vous faudra consulter leurs calendriers pour déterminer le moment approprié pour la projection de votre vidéo ou la soumission de votre rapport. Vous trouverez de plus amples informations sur cette procédure dans le manuel en ligne *Video for Change 2000* dans la section « Training » de <www.witness.org>.

Réaliser une annonce d’intérêt public par vidéo

La Coalition pour la Cour pénal internationale a collaboré avec WITNESS pour réaliser une annonce d’intérêt public percutante destinée à mobiliser et inciter les spectateurs à faire pression sur leurs gouvernements pour ratifier le traité instituant la Cour pénale internationale (CPI). Ce spot montrait des images fortes de crimes contre l’humanité commis tout au long du XXe siècle. Réalisé en anglais, français et espagnol et d’une longueur de 30, 60 et 90 secondes, il a été diffusé dans les pays dont les gouvernements étaient perçus comme étant « influençables » et pouvant jouer un rôle stratégique dans la mise sur pied de la CPI. La campagne de ratification a été couronnée de succès et la CPI a vu le jour.

Un bref spot (en général 30 secondes) peut être un outil efficace dans votre campagne pour mobiliser un large public sur un certain sujet. Mais rappelez-vous que sa production peut être un exercice coûteux et qu’il est généralement recommandé de collaborer avec quelqu’un ayant de l’expérience dans la production de spots et de supports publicitaires. Souvenez-vous aussi qu’il est judicieux d’identifier une chaîne de télévision susceptible de diffuser votre spot ou un réseau de la société civile pouvant en assurer une large distribution au niveau local avant d’engager les dépenses nécessaires. Sur de nombreux marchés télévisuels du monde, les principales chaînes privées facturent au prix fort la diffusion d’un spot ou refusent ceux qu’elles considèrent comme « politiques ».

Produire un documentaire vidéo

En Inde, des média-activistes du Drishti Media Collective, travaillant avec des défenseurs des droits des Dalits (les soi-disant « intouchables ») au Navsarjan Trust à Ahmedabad, ont réalisé le documentaire *Lesser Humans* (« Des êtres de moindre humanité ») : 55 minutes d’images montrant les traitements dégradants et le mépris subis par les Bhangis, une classe particulière de Dalits. Outre la collecte des excréments d’autres personnes, ces « éboueurs manuels » sont contraints de déblayer les carcasses d’animaux morts et de

nettoyer les étables. Distribué à plus de 5 000 exemplaires à travers l'Inde où il a fait l'objet de nombreuses projections, le film a choqué les spectateurs en montrant sans fard les conditions auxquelles sont soumis les Banghis et leur compréhension clairement articulée de la structure sociétale qui les maintient au bas de l'échelle, en contraste avec l'indifférence des officiels et la liste sans fin des commissions d'enquête et des initiatives législatives jamais mises en place.

Les formes plus longues de la narration documentaire (par exemple, la production d'un documentaire de 30 ou 45 minutes ou de la longueur d'un film) peuvent être un moyen efficace d'éduquer un large public par le biais des diffusions télévisées et des projections publiques. Mais veillez à prendre en compte les coûts substantiels, le temps requis et la difficulté d'obtenir une diffusion à la télévision. Si vous n'avez pas de débouché potentiel, examinez si les bénéfices que vous en retirerez valent les investissements et les ressources financières que vous devrez consentir. La diffusion sur une chaîne secondaire ou qui n'atteint pas le public cible risque d'être inutile. Sachez aussi que pour produire un documentaire d'une heure, un réalisateur doit tourner 80 heures de séquences brutes. Plus votre liste de plans à filmer sera détaillée avant le tournage et mieux vous aurez préparé vos interviews, moins il vous faudra filmer de séquences pour obtenir la même longueur pour votre produit final. Pour de plus amples informations sur ce processus, voir les chapitres 3 et 4 et pour une présentation plus détaillée des obstacles que vous aurez à surmonter pour la diffusion d'une vidéo de plaidoyer, voir le chapitre 7.

La vidéo comme source d'informations télévisées et comme archives des médias

En 2000, WITNESS a lancé un projet régional de développement des compétences avec son partenaire de longue date, Joey Lozano – basé à Mindanao dans le sud des Philippines – destiné à former la coalition indigène NAKAMATA à l'emploi de la vidéo pour l'enregistrement de faits à des fins de plaidoyer. Durant l'été 2001, alors que NAKATAMA documentait la poursuite de ses revendications à ses terres ancestrales par des voies pacifiques et légales, trois de ses dirigeants étaient assassinés, d'autres attaqués et un village rasé. Les autorités locales ne sont pas intervenues, mais Joey Lozano et NAKATAMA étaient sur place avec des caméras vidéo pour documenter l'événement, recueillir des preuves, interviewer les témoins et filmer le lieu du crime. *Probe Team*, la principale émission d'enquêtes journalistiques aux Philippines, a diffusé les séquences de NAKATAMA à la télévision nationale où elles ont été vues par des millions de personnes. Ces images ont aussi fourni des preuves essentielles au Bureau National d'Investigation des Philippines. Sous la pression de sources locales et internationales et en réponse à l'appel international à l'action lancé par WITNESS sur son site web, le Bureau a finalement mené une enquête exhaustive. Au début de 2002, trois individus ont été inculpés de meurtre et deux arrêtés. Le procès des deux suspects des meurtres de NAKATAMA est actuellement en cours aux Philippines.

Comme le montre cet exemple, vos séquences de bonne qualité non montées sur une violation particulière sont parfois la seule source d'informations ou de preuve disponible concernant un événement important. Dans ces cas, il est judicieux de fournir des copies de vos séquences brutes à des chaînes de télévision locales, nationales, régionales et internationales sous forme compacte, mettant en relief les points forts et accompagnées

d'éléments d'information écrits, ainsi que des biographies et coordonnées de porte-parole potentiels.



Figure 1.4 NAKATAMA filme l'assassinat de l'un de ses leaders (NAKATAMA/WITNESS)

Mais sachez que la possibilité de faire diffuser des séquences sur une chaîne locale dépend de l'endroit où vous vous trouvez : dans certaines parties du monde où les médias sont contrôlés par le gouvernement, il pourrait être impossible de faire diffuser une vidéo qui remet en cause l'ordre établi, tandis qu'ailleurs, là où les médias sont fortement privatisés et ont une vocation commerciale, leurs responsables voudront peut-être éviter de couvrir des questions sociales de façon substantielle. En outre, la diffusion de vos images sur les chaînes de télévision internationales telles que CNN est en règle générale très difficile à obtenir et peut dépendre de la question de savoir si votre vidéo porte sur la cause ou le problème du moment. Plutôt que d'essayer de convaincre un producteur de télévision de présenter un reportage sur votre sujet particulier, vous pourriez essayer de placer vos séquences brutes à la télévision en tant que ressource pour une autre histoire qui a un lien avec ce que vous avez tourné. Dans ce cas, votre plaidoyer et votre histoire ne seront sans doute pas retenus dans la version finale, mais vous pourrez peut-être obtenir des frais de licence pour l'utilisation des séquences, si vous décidez de les facturer.



Figure 1.5 Les leaders de NAKATAMA aux Philippines utilisent la documentation par vidéo (NAKATAMA/WITNESS)

Vous trouverez une analyse plus détaillée de la narration à l'intention de différents publics dans le chapitre 3, tandis que le chapitre 7 met l'accent sur les stratégies pratiques pour atteindre vos publics et utiliser la vidéo pour le plaidoyer.

En résumé, il y a cinq étapes clés à suivre quand vous envisagez d'intégrer la vidéo dans le plaidoyer :

- 1ère étape : définissez vos buts.
- 2e étape : parlez à d'autres personnes qui ont travaillé sur le même sujet. Qu'est-ce qui a marché, qu'est-ce qui n'a pas marché et pourquoi ?
- 3e étape : analysez votre style et vos forces et identifiez vos alliés.
- 4e étape : définissez votre public et réfléchissez à la manière de lui transmettre votre message – votre format, votre style et le « messager »).
- 5e étape : décidez de votre degré de participation et commencez à planifier la production et la distribution.

Après quoi – et en supposant que vous soyez aussi enthousiastes que nous quant aux possibilités qu'offre la vidéo dans votre travail – vous pouvez envisager toute une série d'options pour la mise en œuvre de votre projet. N'oubliez pas que les campagnes les plus réussies utilisent souvent la vidéo dans des formats différents et des contextes multiples :

- Utiliser la vidéo pour éduquer ou organiser votre communauté locale ou des groupes de solidarité ailleurs dans le monde.
- Diffuser la vidéo sur Internet en association avec d'autres campagnes de plaidoyer.
- Présenter à des responsables clés des vidéos ciblées et orientées vers la prise de mesures.
- Soumettre la vidéo comme élément de preuve à une cour nationale, un organe régional ou un tribunal international.
- Soumettre la vidéo à un organe conventionnel, un rapporteur spécial ou un groupe de travail des Nations Unies.
- Réaliser une annonce d'intérêt public.
- Réaliser une vidéo participative.
- Réaliser un documentaire.
- Utiliser la vidéo comme source de nouvelles télévisées.

Après ce bref survol des différentes façons d'intégrer la vidéo dans vos activités de plaidoyer, continuez votre lecture pour en savoir plus sur le processus. Une fois que vous aurez assimilé ces informations, vous voudrez peut-être consulter le « Plan d'action vidéo » de WITNESS dont nous avons inclus un exemple dans l'annexe I de ce livre et vous en servir comme fil conducteur pour préparer votre propre campagne de plaidoyer.

NOTE

1. Alfonso Gumicio Dragon, *Making Waves: Stories of Participatory Communication for Social Change* (New York: The Rockefeller Foundation, 2001), pp. 283-4.

2

Sécurité et sûreté

Katerina Cizek

> Je crois que le fait d’être un défenseur des droits humains va de pair avec la réalité que vous pouvez mettre votre vie en danger. Vous pouvez être enlevé ou assassiné à n’importe quel moment et il se peut que justice ne soit pas rendue. Je me dis toujours que ce que j’accomplis sur le terrain, pour modeste que ce soit, sera d’une grande aide. Cet optimisme me permet d’aller de l’avant. Je fais toujours part de ce genre de perception et d’optimisme à celles et ceux avec qui je travaille. Nous tirons force, inspiration et courage d’une vision commune que nous partageons.
>
> Plus longue sera notre vie – comme nous le disons toujours – et plus nous pourrons accomplir. Nous sommes plus forts lorsque nous pensons comme un groupe et non comme des individus séparés.

Joey Lozano, un partenaire de longue date de WITNESS, membre de son conseil d’administration et instructeur, a consacré sa vie à l'utilisation de la vidéo pour documenter les violations des droits humains aux Philippines. Il a échappé à plusieurs tentatives d’assassinat et d’enlèvement dans le cadre de ses efforts pour faire valoir les droits fonciers des peuples autochtones et pour enquêter sur la corruption et la dégradation de l’environnement.

Bienvenue au chapitre « Sécurité et sûreté » qui prodigue des conseils faciles à suivre aux défenseurs des droits humains qui s’apprêtent à tourner une vidéo dans des contextes dangereux.

Ce chapitre est destiné à servir de point de départ à vos discussions et vous fournit des exemples comparatifs qui peuvent vous aider à faire les choix les plus appropriés à vos circonstances particulières. Ce n’est en aucun cas une liste exhaustive, mais plutôt une série de mesures de sécurité pratiques et fondées sur le bon sens.

S’il vous sera sans doute impossible d'éliminer tous les risques, vous pouvez les anticiper et les minimiser. Ce guide se fonde sur l’expérience et les ressources de partenaires de WITNESS, de vidéastes, de journalistes et de défenseurs des droits humains chevronnés à travers le monde. Nous examinons des stratégies concrètes pour assurer la sécurité des personnes filmées et celle des défenseurs des droits humains, pendant qu’ils enquêtent sur les violations. Nous évoquons aussi les questions éthiques sur lesquelles vous devrez vous pencher quand vous travaillez dans des situations potentiellement dangereuses.

Ce chapitre se divise en trois parties : la préparation, le travail sur le terrain et la période qui suit le tournage. Il contient aussi les « 10 conseils clés » de cinq cinéastes et activistes expérimentés venant des quatre coins du monde. Le chapitre sur les « Ressources » plus loin dans ce livre comprend des suggestions de lecture et des informations sur des organisations, qui sont toutes accessibles sur Internet.

PREPARATION

La préparation est une étape cruciale si vous voulez faire du bon travail dans le domaine des droits humains et tourner des séquences de qualité. Elle est aussi essentielle pour assurer votre sécurité et celle des personnes que vous filmez.

L'aspect le plus important que vous ayez à prendre en considération est sans doute la question de savoir si vous et votre équipe allez vous rendre *dans une autre région* pour filmer ou si vous allez tourner *au sein de votre propre communauté*. Cette distinction aura une incidence sur nombre des décisions que vous prendrez en matière de sécurité et de sûreté.

Si le *déplacement dans une autre région* peut comporter des dangers immédiats pour vous et votre équipe, vous pourrez sans doute quitter la région après le tournage et reprendre votre vie normale. Tourner *au sein de votre communauté* peut, en revanche, entraîner des risques pour vous qui peuvent durer des mois, voire des années. L'une et l'autre circonstance peuvent avoir un impact à long terme sur les membres de la communauté - ceux qui ont choisi de participer à votre vidéo et même ceux qui n'avaient rien à voir avec votre projet.

Dans ce chapitre, nous tentons de vous apporter des éléments de réponse à ces deux situations : le *déplacement dans une autre région* et le *tournage dans l'endroit où vous résidez*. Pour commencer, nous examinons la question des recherches préliminaires, l'évaluation des risques, les questions de confiance, la décision d'enquêter clandestinement ou non, la préparation des documents et de l'équipement dont vous aurez besoin, la planification des stratégies d'entrée et de sortie, ainsi que les enseignements à tirer de l'expérience d'autrui.

Vous connaître vous-même et connaître votre organisation

Avant d'examiner les risques et la façon de les éviter, il y a des questions fondamentales que vous devez vous poser sur votre propre compte et sur celui de votre organisation. Vous en confrontez peut-être déjà certaines au quotidien si vous travaillez dans des zones de conflit ou des régions à haut risque ; les autres auront trait au sujet particulier sur lequel vous vous apprêtez à travailler.

- Combien de risques êtes-vous et votre groupe disposés à prendre et avez-vous réellement réfléchi à la raison pour laquelle vous les prenez ? Il est impératif que vous jaugiez vos limites et que vous évaluiez ce que vous êtes ou n'êtes pas prêt à risquer dans votre vie.
- Qui d'autre sera affecté par vos actions ? Qu'en est-il de votre famille, de vos enfants ou de vos collègues ? Ou encore de la communauté que vous filmerez ? Quels sont les éléments à court terme et à long terme de votre film qui peuvent nuire à la cause pour laquelle vous luttez ?

Définissez très clairement votre mission, ce que vous cherchez à accomplir et ce que vous pourriez compromettre ou perdre dans le processus, à l'aide de la « Liste d'évaluation des risques » ci-dessous. Discutez en détail avec votre organisation quelles sont les limites du groupe et la place de chaque membre dans le tableau. Si vous

travaillez pour une organisation qui utilise la vidéo pour la première fois, veillez à avoir une discussion exhaustive et approfondie sur les risques potentiels et les moyens de les atténuer. Sachez que quel que soit votre niveau de préparation, il y aura toujours un élément de risque et d'incertitude.

Anand Patwardhan tourne des documentaires politiques en Inde depuis près de 30 ans. Son avertissement est le suivant :

> Ne commencez jamais à « aimer » le danger. Le danger peut être une nécessité imposée par les circonstances ; il ne doit certainement pas être recherché comme une fin en soi. Au contraire, vous vous devez de rester en vie pour votre cause. Nous avons trop de martyrs - trop de Gandhis et de Che Guevaras. C'est de succès dont nous avons besoin, pas de martyrs. Alors, sauvez-vous comme un lâche [pour raconter votre histoire] au lieu de résister et mourir. Il n'y a pas de honte à vouloir rester en vie. Nous aimons la vie ; c'est pourquoi nous luttons pour un monde meilleur. Sauvez-vous. Et sauvez votre cassette ou votre film. Vous êtes les témoins dont les images doivent parler.

Liste d'évaluation des risques

Question clé :
La vidéo est-elle vraiment nécessaire ? Est-ce la meilleure stratégie ? Songez à utiliser d'autres médias : presse écrite, photo ou audio seul. La vidéo peut comporter des dangers qui ne valent pas les risques que vous prendrez.

L'évaluation des risques, même si vous ne la faites que mentalement, doit faire partie de la préparation de tout tournage dans un environnement potentiellement hostile. Cela vous permettra de prendre conscience des dangers probables et de définir les mesures de précaution pour les éviter ou les atténuer.

Dangers potentiels :

- Les menaces ou les violences contre les réalisateurs ou les personnes filmées, soit pendant soit après le tournage
- Etre découvert pendant que vous filmez clandestinement ou sans autorisation officielle
- La détention/l'arrestation/l'enlèvement des personnes filmant ou des personnes transportant les séquences tournées
- Défaillance des mesures de sécurité relatives à l'information et au matériel pendant le tournage et après
- Communication inadéquate concernant l'obtention du consentement des personnes filmées et les questions relatives à leur sécurité

Mesures de précaution :

- Planification et recherche
- Equipement approprié
- Protocoles clairs relatifs au consentement
- Sécurité personnelle
- Sécurité de l'information
- Personnes compétentes
- Mesures de sécurité pour vous et les personnes filmées – pendant et après le tournage
- Stratégie de sortie claire

Connaître la situation

Il y a toujours plusieurs aspects dans un conflit. Apprenez à connaître le terrain et examinez avec soin le contexte dans lequel se déroulera le tournage. Si vous n'appartenez pas à la communauté dans laquelle vous filmez, il est essentiel d'obtenir autant d'informations que possible sur les acteurs, les relations et les conflits en jeu. Familiarisez-vous avec les relations complexes au sein d'une communauté, dont certaines peuvent aller à l'encontre de votre intuition. Songez par exemple aux trafiquants de drogue à Rio de Janeiro au Brésil qui « offrent leur protection aux habitants » pour promouvoir et protéger leur commerce.

Par ailleurs, sachez que les conditions peuvent changer. Vous avez peut-être fait un voyage sans accroche dans une région un an auparavant, mais la situation a pu se détériorer. Vérifiez les circonstances qui prévalent au moment de votre projet. Si vous voyagez à l'étranger, il y a plusieurs sources d'information qui méritent d'être consultées : le Ministère des Affaires étrangères en France, le Ministère des Affaires étrangères au Canada et leurs équivalents en Suisse et en Belgique fournissent des conseils utiles aux voyageurs, assortis d'une évaluation des risques possibles. Adressez-vous aussi à des groupes de défense des droits humains locaux qui ont une meilleure connaissance du terrain et demandez-leur leur avis. Ils seront d'ordinaire en mesure de vous brosser un tableau plus nuancé des conditions d'une situation particulière que les sites officiels étrangers.

Même si vous arrivez dans une région moins bien préparé que vous ne l'espériez, pensez à consulter des personnes qui en connaissent les risques spécifiques : par exemple, les chauffeurs de voitures de location ou les conducteurs de transports publics qui connaissent la réalité du terrain et ont une expérience directe des déplacements dans des régions particulières. Mais n'oubliez pas de faire preuve de prudence avant de révéler les détails de votre travail à des étrangers.

Vous devez vous renseigner sur les lois et les autorités de la région dans laquelle vous filmez et savoir quelle est l'attitude générale du public vis-à-vis des journalistes ou des défenseurs des droits humains. Quelle est la réglementation en matière de matériel photo ou vidéo ? Qu'est-ce qu'il est illégal de filmer ? Les journalistes sont-ils respectés ou sont-ils la cible de violence et de harcèlement ? Quelle est la mesure de liberté de la presse ? Quels sont les risques que courent les personnes qui documentent les atteintes aux droits humains ou qui font campagne pour la justice sociale ?

Tia Lessin est une cinéaste basée aux Etats-Unis :

> J'ai été arrêtée devant une prison dans le New Jersey. Ils ne cessaient de me réclamer les cassettes. J'ai refusé, parce qu'il n'y a pas de loi contre ce que je faisais. Je connaissais mes droits et je n'ai cessé de demander que mes droits soient respectés. Ils ont fini par me relâcher et j'ai pu garder mes cassettes.

Ronit Avni, qui travaille avec des activistes pour la paix et des réalisateurs palestiniens et israéliens, conseille de porter une attention particulière aux présomptions implicites :

> Dans les lieux où les attentats suicide sont fréquents, votre matériel pourrait être pris à tort pour une arme. Comprenez le milieu dans lequel vous travaillez. Par exemple, un défenseur des droits humains palestinien devrait faire preuve de prudence s'il attache une caméra cachée à une partie de son corps, car cela pourrait être perçu comme une bombe.

Joey Lozano raconte comment un sourire lui a permis de se tirer de situations épineuses :

> Il est très important de comprendre les traditions culturelles d'une région particulière. Par exemple, aux Philippines, nous avons un sens aigu de la famille. Un jour, un ami et moi avons été arrêtés par des soldats. Ils étaient tous ivres. « C'est peut-être la fin pour moi », ai-je pensé. Ils avaient l'air menaçant, ils empestaient l'alcool. Ils ont essayé de nous entraîner à l'intérieur du bâtiment. J'ai dit : « Non, faites-le ici. » L'interrogatoire a duré quatre heures. Finalement, un sergent d'état major est arrivé. J'ai profité d'une pause dans ses questions pour lui demander s'il était marié : « Où est votre famille ? Est-ce qu'elle vit avec vous ? » Il s'est vraiment radouci. Ses enfants lui manquaient. Il est devenu plus ouvert en parlant de sa famille. Ca nous a sauvés, mon ami et moi. Pour menaçants qu'ils paraissent… une fois que vous mentionnez leur famille, les soldats se radoucissent. Si ça n'avait pas été le cas, c'en aurait été fini pour moi. Vous devez vraiment connaître ce genre de techniques pour savoir comment vous comporter face à un oppresseur. Soyez aimables avec eux sans pour autant oublier votre mission aux côtés des opprimés.

Prévoir ce que vous allez filmer

Une fois que vous avez décidé que vous voulez utiliser la vidéo dans le cadre de vos activités de défense des droits humains, référez-vous aux points présentés dans les chapitres 3, 4 et 5 pour définir ce dont vous aurez besoin et vous assurer que le matériel que vous filmez est ciblé vers un public et un but précis. A l'aide d'une liste des plans, c'est-à-dire la liste des séquences vidéo et audio que vous voulez obtenir, vous pouvez commencer à déterminer quelles sont les images – de qui, quoi et où – qui seront les plus risquées à filmer.

L'évaluation des risques aura peut-être une incidence sur l'ordre des séquences que vous prévoyez de tourner. Dans la mesure où les interviews avec les autorités pourraient compromettre la suite de votre tournage, essayez de réaliser d'abord celles qui attirent moins l'attention. Il serait peut-être bon d'interviewer la police/les politiciens en dernier, parce qu'une fois qu'ils auront eu vent de ce que vous êtes en train de faire, ils pourraient vous empêcher de filmer quoi que ce soit d'autre. Mais, comme dans toute stratégie, évaluez celle-ci avec d'autres personnes qui ont vécu des expériences similaires : combien de temps faudra-t-il avant que votre projet de tournage ne parvienne à l'attention des autorités ? Cela vous empêchera-t-il de filmer d'autres interviews à haute visibilité ou discrètes ? Est-ce que cela entravera votre capacité de préserver vos images ?

Envisager le pire qui puisse arriver

Sam Gregory de WITNESS recommande de faire une « analyse du pire » avant de se lancer dans tout projet potentiellement dangereux. Il propose d'adopter une approche systématique pour déterminer ce qui pourrait arriver : « Vous envisagez ce qui se passerait si votre pire ennemi voyait ces images. Définissez les limites de ce qui peut et ne peut pas être dit. S'il est important de ne pas verser dans l'alarmisme, il est néanmoins

vital d’être conscient de tous les risques potentiels. » Imaginez, par exemple, que vos cassettes soient saisies sur ordre d’un juge dans le cadre d’une enquête judiciaire et que toutes les images que vous aurez filmées soient mises à la disposition de la partie adverse dans le cadre d’un procès.

Frank Smyth du Comité pour la protection des journalistes (CPJ) conseille : « Ne sous-estimez jamais la capacité des méchants de torturer et de tuer. Préparez-vous donc à toutes les éventualités. »

Il est essentiel de passer en revue tous les dangers potentiels avec vos collaborateurs et les sujets de votre vidéo afin que toutes celles et ceux qui sont impliqués participent en pleine connaissance de cause (voir la section sur « le consentement donné en pleine connaissance de cause », p. 37 ci-dessous, pour en savoir plus).

Qui doit filmer ?

Considérez qui est le mieux à même de filmer dans un contexte à haut risque. Si un individu est bien connu en tant qu’activiste, leader ou « fauteur de troubles », il ne sera sans doute pas le mieux indiqué pour tenir la caméra.

Frank Smyth dit que la meilleure personne pour recueillir des preuves est souvent

> quelqu’un que personne ne remarque. Le genre d’individu qui entre dans une pièce et personne ne se retourne. Quand il quitte la pièce, personne ne se souvient de quoi il a l’air, ils n’ont peut-être même pas remarqué qu’il était là. Bref, pas un leader charismatique.

Dans le cadre d’une enquête où vous auriez à demander des informations à un interviewé réfractaire, Anand Patwardhan conseille de faire réaliser l’interview par quelqu’un que votre interlocuteur n’aura jamais vu :

> Faites-vous passer pour un technicien et non le réalisateur. Faites-vous passer pour une équipe étrangère. Rajouter quelques « gringos » dans le groupe peut aider, mais cela varie en fonction de la situation. Voyez au cas par cas quel est le meilleur profil. [Parfois], afficher un comportement irritable et autoritaire est le plus convaincant.

Etablir la confiance avec les sujets, l’équipe et le réseau

La confiance est un élément essentiel de votre travail. D’abord à votre niveau et à celui des personnes que vous filmez ; ensuite au niveau de l’équipe avec qui vous travaillez directement pour la préparation du tournage, le montage et la distribution du film. Enfin, au niveau de votre famille, de vos collègues, de vos éclaireurs locaux, de vos amis et même de vos contacts internationaux qui garderont un œil sur vous et viendront à votre aide si vous êtes en difficulté. Rappelez-vous que la confiance va dans les deux sens : il n’y a aucune raison pour laquelle des personnes se trouvant dans une situation vulnérable vous fassent confiance. En effet, les organisations de défense des droits humains et les organismes de presse et d’informations sont fréquemment infiltrés par les services de renseignement. Par ailleurs, ils ne représentent pas toujours les situations qu’ils couvrent avec l’intégrité ou l’attention qui s’impose pour assurer la sécurité des personnes avec lesquelles ils travaillent.

La confiance et la loyauté peuvent être complexes et avoir plus d'une facette, surtout lorsque vous utilisez la vidéo. Comment évaluez-vous et gérez-vous les difficiles questions de confiance sans mettre en danger votre vie et celle des autres ?

Les quatre études de cas ci-dessous illustrent l'importance de la confiance. La première porte sur la gestion des facettes multiples de la confiance, mettant particulièrement l'accent sur la relation entre les cinéastes et leurs sujets. La deuxième histoire nous montre comment un réalisateur peut, sans le vouloir, mettre en danger les membres de son équipe. Le troisième cas relate comment des membres d'une équipe peuvent vous trahir. Enfin, dans le quatrième, nous examinons l'importance que revêt un réseau solide de personnes dignes de confiance qui font partie d'une « équipe » élargie.

Etude de cas : La confiance entre vous et vos sujets

Dans les années 1990, les Balkans avaient été dévastés par la guerre et tout concept de confiance était parti en fumée. Aggravant la situation, les médias s'étaient ensuite abattus sur les camps de réfugiés et avaient créé un tout nouveau niveau de méfiance, provoqué par l'attitude des producteurs des grandes chaînes sillonnant les camps à la recherche d'infoclips à temps pour les nouvelles du soir : « Il me faut une adolescente de 17 ans qui a été violée et qui parle anglais – vite ! ».

La sociologue/réalisatrice de documentaires sud-africaine, Mandy Jacobson, et sa coréalisatrice croato-américaine ont entrepris de tourner un film sur la véritable histoire des viols systématiques au-delà de la « revictimisation par les médias » qui sévissait dans la région. Elles voulaient réaliser un reportage qui contribue véritablement à reconstruire la vie des personnes concernées. Le documentaire qui en résulte, *Calling The Ghosts* (« L'évocation des fantômes »), suit le voyage de deux femmes, Jadranka Cigelj et Nusreta Sivac, amies d'enfance et juristes de profession, qui, après avoir survécu aux camps de concentration serbes, ont entrepris la mission de faire reconnaître le viol comme un crime de guerre à l'échelle internationale. Grâce à leurs efforts courageux, leurs tortionnaires ont été inculpés par le Tribunal Pénal International pour l'ex-Yougoslavie.

Mais quand les réalisatrices ont commencé leur tournage, Mandy raconte :

> La confiance a été un élément fondamental pendant tout le tournage du film. Il nous a fallu beaucoup justifier ce que nous faisions, prouver que nous étions différentes des autres.
>
> D'abord, nous avons attendu très, très longtemps avant d'allumer la caméra. Karmen [la coréalisatrice] a passé sept mois avec les protagonistes avant de filmer et nous leur avons permis de nous interviewer autant que nous les avons interviewées. En fait, nous considérions leur méfiance initiale comme saine.

« Nous avons commis toutes sortes d'erreurs tout au long du tournage », se souvient Mandy. Elles ont d'abord fait venir un caméraman de l'extérieur qui avait fait un excellent travail en Afrique du Sud, mais il n'était pas habitué au rythme lent de ce projet particulier et il est devenu impatient. Le résultat, dit Mandy, c'est que « le reportage n'était pas assuré, les protagonistes centraux n'avaient pas signé, elles n'étaient pas prêtes à tourner ». Le caméraman est rentré chez lui et les réalisatrices ont fini par trouver un

caméraman croate local qui était mieux à même de faire face à cette situation difficile et de s'adapter au rythme du tournage.

« Il s'est avéré un grand féministe et parce qu'il était de la région, les femmes en sont venues à lui faire confiance. » Mais lorsqu'est venu le temps de se rendre à Belgrade, la capitale de la Serbie, le caméraman croate a eu peur des implications (filmer « en territoire ennemi ») et les réalisatrices ont dû trouver une nouvelle équipe pour tourner les scènes en question.

La méfiance des protagonistes à l'égard des médias n'était pas le seul problème. Après avoir passé plusieurs mois dans la région, Mandy s'est rendue à Belgrade, puis est revenue en Croatie. Ses sujets ne l'ont pas accueillie à bras ouverts : « Mon principal sujet craignait que pendant ma visite à Belgrade, je n'aie été dupée par la propagande serbe. »

Dans les médias de plaidoyer, la question clé en matière de confiance, dit Mandy, est « comment faire pour que vos sujets restent des participants actifs du début jusqu'à la phase de distribution ? ».

Elle se souvient n'avoir ressenti une certaine mesure de confiance que trois ans après le commencement du tournage, lorsque ses deux protagonistes sont enfin entrés dans la salle du Tribunal Pénal International à La Haye. « A ce moment-là, elles n'étaient plus seulement des victimes, elles étaient redevenues juristes. Elles avaient trouvé un cadre politique dans lequel inscrire leur douleur personnelle. » Les caméras continuaient de tourner pour être les témoins d'une histoire de courage et de force et de la puissance de la transformation.

Etude de cas : Protection des interprètes

Etes-*vous* digne de confiance ? Les défenseurs des droits humains doivent soigneusement considérer les implications pour les personnes qu'ils interviewent directement, mais ils doivent aussi se soucier des personnes qu'ils emploient ou dont ils sollicitent le soutien : les fixeurs locaux, les interprètes, les chauffeurs, voire même les personnes qui fournissent nourriture et logement à l'équipe, et surtout celles et ceux qui travaillent dans les zones de guerre ou de conflit, les tribunaux, les prisons ou la police. Comment protègerez-vous ces personnes des conséquences de vos actions ?

La plupart d'entre nous ont entendu parler des « programmes de protection des témoins » où les enquêteurs et la police aident à protéger des personnes qui ont témoigné contre des criminels. Mais bien peu d'enquêteurs – surtout dans les cas de crimes de guerre – ont vraiment réfléchi au besoin de prévoir une « protection des interprètes » pour les personnes qui leur fournissent une assistance linguistique dans le cadre d'une investigation, qu'elle soit menée par la police, les Nations Unies, les médias, les défenseurs des droits humains ou même les cinéastes.

Selon Roy Thomas, un consultant de formation dans le domaine des opérations de maintien de la paix :

> Les interprètes ont souvent connaissance d'informations qui peuvent être précieuses pour les services de renseignement des parties au conflit. Ils sont par ailleurs assimilés à des institutions étrangères qui ne jouissent pas toujours d'un soutien unanime… Malheureusement, ces professionnels sont souvent abandonnés à leur triste sort.[1]

Roy Thomas a examiné les investigations menées par les Nations Unies dans les Balkans et celles qu'il a conduites en Afghanistan et a découvert qu'après le départ des enquêteurs, les interprètes avaient été menacés, interrogés ou même tués par les différentes factions en guerre. Il demande avec insistance que les interprètes soient considérés comme aussi vulnérables que les témoins.

Etude de cas : Caméraman suspect

Si vous travaillez avec un groupe de gens qui ont été recrutés pour une vidéo particulière, veillez à vérifier exhaustivement leurs antécédents. Si vous ne vous sentez pas à l'aise avec quelqu'un, ne risquez pas de compromettre votre sécurité. Même au sein d'une organisation, il peut être risqué de dévoiler trop d'informations sur un projet d'enquête par vidéo : décidez au cas par cas qui doit connaître les détails de qui, quoi, où et quand vous allez tourner. Suivez votre instinct et les conseils avisés de ceux qui ont de l'expérience.

Si pendant le tournage, vous éprouvez des incertitudes, prenez le temps de les examiner. Tenez toujours compte du fait que les gens peuvent avoir des loyautés partagées, être soumis à des pressions exercées par les mêmes pouvoirs que vous cherchez à renverser ou en dépendre financièrement.

Une réalisatrice, qui enquêtait sur les mauvaises conditions de travail régnant dans une usine, a eu ses soupçons éveillés, pendant les interviews sensibles, par un ingénieur du son qu'elle avait engagé sur place. Elle a décidé de le licencier. Il a refusé, de son côté, pendant plusieurs jours de rendre à l'équipe les copies des bandes sonores avant de finalement obtempérer. Les autorités ont ensuite ouvert une enquête sur le tournage secret et ont confirmé que l'ingénieur du son leur avait remis les copies audio des interviews.

Etude de cas : Réseau d' « arbre téléphonique » international

Disposer d'un réseau de personnes solide et digne de confiance requiert la mise en place de réseaux de soutien aux niveaux local, régional, national et international qui peuvent aider à vous protéger, ainsi que les personnes qui travaillent avec vous. Vers qui pouvez-vous vous tourner en cas de problème ? Dressez cette liste pour vous, votre équipe et quelqu'un en qui vous avez confiance chez vous. Elle devrait contenir les coordonnées de contacts locaux, régionaux, nationaux et internationaux avec leurs numéros de téléphone (et de portable). Elle doit comprendre les noms de personnes qui peuvent faire bouger les choses rapidement en cas d'urgence. Si vous vous trouvez dans une situation à haut risque, il est bon de prévoir un appel quotidien pour confirmer que vous êtes sain et sauf et faire en sorte que des mesures soient prises, si vous ne vous manifestez pas.

Quand Frank Smyth, un correspondant de guerre chevronné, a été enlevé dans le nord de l'Irak en 1991, sa mère disposait d'une liste complète de personnes qu'elle a contactées pour attirer l'attention des médias et des milieux politiques sur sa situation. Cette liste comprenait des politiciens influents et des groupes de soutien qui se sont tous mobilisés. Dix-huit jours plus tard, Frank Smyth était relâché.

Disposer des documents nécessaires

« Prévoyez le pire et préparez-vous-y », dit Tia Lessin, une cinéaste américaine. « Au risque d'être alarmiste, soyez préparé ! Il est irresponsable de vous envoyer avec votre équipe sur le terrain sans avoir pris les mesures de précaution qui s'imposent. »

Tia recommande de compiler un dossier de mission, qui contient toutes vos informations pertinentes, ainsi que celles de votre équipe, et d'en remettre une copie à quelqu'un de confiance chez vous.

Un bon dossier de mission comprendra :

- La photocopie de vos passeports et cartes d'identité
- La photocopie de tous les documents de voyage
- Toutes vos informations médicales et les renseignements relatifs aux assurances
- Une trousse de secours
- L'itinéraire complet
- La liste des contacts d'urgence sur place et chez vous
- Une carte de la région avec les prévisions météorologiques et les dernières alertes en matière de sécurité
- Les coordonnées locales d'urgence (par ex. hôpital, ambassade, banque, etc.)
- Les numéros de série de tout votre matériel
- De l'argent pour les urgences (voiture de location, billet d'avion, etc.)

Vous devez vous mettre préalablement d'accord avec vos collègues pour savoir si, dans les situations de risque, vous allez vous identifier complètement ou si, au contraire, cela pourrait accroître le danger. Si vous décidez de vous identifier, lorsqu'on vous le demandera, ayez sur vous autant de documents que possible, tels que passeport, visa et accréditations appropriées. Demandez à des organisations de soutien de vous envoyer des lettres d'introduction, des accréditations de presse et tout document qui peut légitimer votre position.

Connaître votre matériel

Nous abordons, dans le chapitre 4, la question du choix de l'équipement pour le projet sur lequel vous travaillez. Voici quelques conseils à prendre en considération, si vous tournez dans des situations à haut risque :

- Connaissez tous les aspects du fonctionnement de votre caméra (marche/arrêt, mise au point, son, chargement des batteries, etc.) avant d'entrer dans n'importe quelle situation à haut risque où il vous faudra vous concentrer sur le tournage. Entraînez-vous à filmer dans des situations qui changent rapidement et étudiez la section « Filmer un événement unique » dans le chapitre 4 (p. 141).
- Entraînez-vous à filmer sans regarder et sans trépied.
- Entraînez-vous à filmer des prises stables en grand angle qui capturent le contexte d'un événement dans son ensemble.
- Apprenez à utiliser l'écran LCD plutôt que le viseur en tenant la caméra de façon moins ostensible.

- Envisagez de recouvrir le voyant lumineux rouge en mode d'enregistrement d'un ruban électrique noir ou de programmer votre caméra pour que le voyant ne s'allume pas. Ou encore recouvrez votre caméra d'une étoffe qui la protègera du regard des autres et du soleil.
- Si vous allez filmer au moyen d'une caméra cachée ou sous un angle inhabituel - par exemple, avec la caméra dans votre sac – apprenez à manier votre caméra pour obtenir des images aussi bonnes et aussi bien composées que possible, compte tenu de ces limitations.
- Envisagez d'utiliser un format qui soit peu courant dans le pays où vous filmez de telle sorte que si votre caméra est confisquée, il faille plus de temps pour visionner le contenu de vos séquences.

Décider de filmer clandestinement

Si vous décidez de filmer clandestinement, il vous faudra assumer une fausse identité ou une identité alternative et décevoir les personnes que vous filmez et/ou celles qui vous entourent en vue d'obtenir les preuves ou les informations que vous recherchez. Cela peut avoir de très lourdes conséquences.

Ce choix exige que vous évaluiez très soigneusement les risques que vous courrez personnellement. Tourner clandestinement accentuera probablement ces risques – pendant et après le tournage. Prévoir des plans d'urgence et de communication clairs est d'une importance vitale.

Il y a aussi des risques légaux : si vous entendez utiliser vos séquences dans un contexte judiciaire, il se peut qu'elles ne soient pas recevables (les critères dépendront du pays et de la juridiction concernés). Vous pourriez aussi faire face à des poursuites en justice pour avoir filmé quelqu'un ou quelque chose sans son consentement ou autorisation.

A la fin de votre projet, indépendamment de votre degré de secret pendant le tournage, il vous faudra être complètement honnête vis-à-vis de votre public sur la manière dont vous avez acquis vos images. Quelle sera sa réaction ? Vous pourriez être confronté à un désaveu public - ou à la désapprobation de votre public cible – pour des techniques qui seront considérées comme illégales ou inappropriées.

En filmant clandestinement, vous vous exposez aussi à des actes de représailles contre votre réputation ou votre personne ou à la possibilité d'être poursuivi en justice. Cela peut valoir la peine pour faire éclater une affaire au grand jour, mais soyez conscients des risques.

Etude de cas : Retour de balancier vis-à-vis du film *Torture Trail* (« Sur les traces de la torture »)

Torture Trail est un documentaire britannique de 1995 qui dénonçait l'implication des autorités britanniques et d'entreprises de ce pays dans le commerce illicite des instruments de torture (bâtons à électrochocs) avec des régimes répressifs.

Pour tourner ce film, le réalisateur/producteur Martyn Gregory a assumé l'identité d'un intermédiaire travaillant pour des marchands d'armes. Il a secrètement filmé ses

négociations avec plusieurs sociétés britanniques, dont British Aerospace (BAe). BAe, le plus grand fournisseur de la « défense » en Europe, a proposé de vendre à Martyn Gregory des bâtons à électrochocs pour des millions de dollars, offre qu'il a par la suite confirmée par écrit.

Mais après le passage du documentaire à la télévision, au lieu de lancer une enquête sur le rôle des Britanniques dans le trafic des armements, le gouvernement s'est retourné contre le messager : le réalisateur lui-même. Des ministres conservateurs au parlement ont condamné Martyn Gregory, qui a été mis en cause pour les méthodes qu'il avait employées pour obtenir ses preuves. La police du ministère de la Défense l'a arrêté et l'a inculpé d' « incitation à violer la loi sur les armes à feu » et de « détention d'armes illégales ». Ces crimes sont assortis d'une peine de prison maximale de cinq ans. (La police a allégué avoir vu Martyn Gregory manier un bâton à électrochocs dans son film alors qu'il se mêlait aux dirigeants d'entreprise qui lui en proposaient la vente).

Cependant, trois ministres, dont le Premier Ministre adjoint, ont sans le vouloir sapé l'offensive du gouvernement contre le réalisateur. Ils ont répondu au courrier de spectateurs qui avaient écrit au gouvernement pour protester contre les révélations faites dans *The Torture Trail*. Ces réponses n'étaient pas protégées par l'immunité parlementaire, comme cela avait été le cas des attaques contre Gregory au parlement. Dans leurs lettres, les ministres ont allégué que l'émission était « tirée par les cheveux » et « alarmiste » ; ils ont, par ailleurs, laissé entendre que Gregory avait persuadé les entreprises britanniques de « proposer de lui vendre les articles dans le seul but de faire un reportage sur une affaire qui n'existait pas en réalité. »

Martyn Gregory a intenté une action pour diffamation devant la Haute Cour, qui a contraint le gouvernement à lui présenter ses excuses. Whitehall a également reconnu que l'émission était « bien documentée » et a versé au réalisateur 100 000 dollars à titre de dommages-intérêts et de remboursement de frais. C'était la première et unique fois qu'un journaliste gagnait un procès en diffamation contre le gouvernement britannique. Deux ans plus tard, le ministère de la Défense renonçait à ses poursuites.

Martyn Gregory a consacré énormément de temps, d'efforts et de moyens pour laver sa réputation. Cette bataille a fait l'objet de son film de 1996, *Back on the Torture Trail* (« De retour sur les traces de la torture ») qui examinait la réaction du gouvernement britannique aux questions soulevées dans le premier documentaire et la façon dont ce dernier a esquivé les demandes d'ouverture d'une enquête. Le second film a aussi démontré que le commerce britannique des bâtons à électrochocs continuait comme à l'ordinaire en dépit du scandale déclenché par le premier documentaire.

Les documentaires du *Torture Trail* ont donné lieu à des années de campagnes par Amnesty International contre l'implication britannique dans le commerce de la torture. Finalement, neuf ans plus tard, en 2004, le gouvernement a statué qu'il était illégal de servir « d'intermédiaire » dans la vente d'armes de torture, pratique que les films de Martyn Gregory avait dénoncée.

Etude de cas : « Diffamation » non, fraude oui

Le fait que vous ayez filmé clandestinement amènera-t-il le public ou une cour de justice à remettre en question votre autorité morale, détournant ainsi son attention du sujet que

vous cherchiez à mettre en lumière ? Dans le cas ci-dessous, des journalistes aux Etats-Unis ont été mis sous la loupe en raison de leurs méthodes clandestines.

Sur la base d'une information relative aux pratiques insalubres de manipulation des denrées alimentaires dans une grande chaîne de supermarchés appelée Food Lion, ABC, l'une des principales chaînes de télévision américaines, a envoyé deux reporters sur place en 1992. Les journalistes ont menti pour obtenir du travail chez Food Lion afin de pouvoir filmer, à l'aide de caméras vidéo cachées, les pratiques en vigueur dans les différents magasins. Après le passage du reportage à la télévision, Food Lion a intenté une action en justice contre ABC pour infraction, abus de confiance et fraude, mais non pour diffamation.

Food Lion a sapé les méthodes de reportage d'ABC par une stratégie légale oblique qui mettait l'accent sur la falsification des demandes d'emploi et la non-exécution par les journalistes des tâches qui leur avaient été assignées. En 1997, le jury a admis les arguments de Food Lion et a décidé d'imposer à ABC une amende de 5,5 millions de dollars.

La cour d'appel a finalement annulé le verdict, statuant que Food Lion n'avait pas prouvé tous les éléments de sa plainte pour fraude, notamment parce qu'il avait éludé le grief de la diffamation.

Malgré cela, pendant cinq ans, l'affaire a donné lieu à des débats publics concernant l'honnêteté et la transparence des méthodes de collecte d'information par les médias.

Se préparer à filmer clandestinement

Questions clés

Etes-vous conscient de tous les risques que comprend une opération clandestine ? Quelles sortes de représailles risquez-vous ou d'autres d'affronter ? Est-ce que cela vaut la peine de courir ces dangers potentiels ? Vos méthodes pourraient-elles se retourner contre la réalisation des buts que vous vous êtes fixés ? Y a-t-il d'autres moyens, qui seraient moins dangereux, d'obtenir l'information ?

Une opération clandestine exigera que vous vous fabriquiez une fausse identité ou une identité alternative et que vous appreniez à filmer secrètement. Ces deux aspects sont des processus qui prennent du temps et qu'il ne faut pas précipiter.

Se fabriquer une identité alternative peut prendre beaucoup de temps et d'efforts. Que vous faut-il pour que votre fausse identité marche ? Combien de temps vous faudra-t-il maintenir les apparences et que vous faut-il faire pour que votre couverture soit cohérente ?

La préparation requise dépendra de la durée et de l'intensité de la mission clandestine. Parfois, il vous suffira de changer de vêtements et de vous fondre dans votre environnement. Par exemple, aux Philippines, Joey Lozano s'est fait passer pour un mineur pour pénétrer dans une mine d'or et enquêter sur les violations des droits humains et écologiques :

> J'avais l'air d'un mineur. Je portais une chemise sale, des pantalons en denim, un t-shirt et ensuite, j'ai enveloppé ma caméra dans le t-shirt, l'ai mise dans un sac de ciment et ai passé

> les postes de contrôle. Je l'ai fait pendant près d'une semaine. Je retournais tôt le matin et repartais avant que la nuit ne tombe le lendemain. J'ai fait des amis parmi les mineurs et j'ai pu faire mon film. Il a été diffusé à *Inside Story*, qui était à l'époque le numéro un des magazines télévisés aux Philippines.

Une autre réalisatrice a décidé de donner un angle officiel à son documentaire. Elle a rédigé une proposition de film décrivant un documentaire anodin sur les villes portuaires autour du monde. Elle a ainsi obtenu les autorisations officielles de tournage qui lui ont permis de pénétrer et de filmer dans des zones portuaires d'ordinaire militairement sensibles à Dakar au Sénégal et en Guinée-Conakry où elle a pu enquêter sur les conditions des passagers clandestins et le trafic d'êtres humains sur les cargos.

Simon Taylor de l'ONG internationale pour la protection de l'environnement, Global Witness, s'est fait passer pour un « homme d'affaires ignorant », alors qu'il voyageait avec son partenaire le long de la frontière entre la Thaïlande et le Cambodge dans le cadre d'une enquête de trois ans sur le commerce illicite de bois tropical. « Moins nous en savions, mieux c'était, » se souvient-il. En agissant de la sorte, Simon et son coéquipier ont pu poser beaucoup plus de questions sans éveiller de soupçons.

Pour filmer clandestinement – que ce soit à l'aide d'une caméra cachée spéciale, d'une caméra adaptée ou d'une caméra cachée normale – vous devez vous assurer que vous êtes capable de filmer sans hésitation dans des situations de stress élevé. Voir pp. 28 et 127 pour en savoir davantage.

Stratégies d'entrée et de sortie

Il y a de nombreuses stratégies pour accéder en sécurité à des régions où vous avez besoin de tourner et pour filmer des scènes là où il est interdit ou difficile de le faire.

Francisco Bustamente de l'organisation MINGA, un partenaire de WITNESS en Colombie, se rend dans des régions reculées du pays en se joignant à des missions humanitaires auxquelles participent l'ONU et d'autres organismes d'aide. Il y accède aussi avec des journalistes étrangers et se fait passer pour l'un d'eux. Si aucun des deux scénarios n'est possible, il passe par la jungle ou emprunte des routes peu utilisées par les groupes armés.

Tia Lessin a fait entrer son équipe à Disney World en Floride en dotant chaque vidéaste d'une « famille » de fortune – chaque caméraman s'est vu donner un conjoint fictif et plusieurs enfants. Leur objectif était de filmer secrètement les conditions de travail en vigueur dans le parc d'attraction et sous la guise de mini familles, ils ont pu tourner 12 minutes d'images par caméra avant d'être arrêtés par les services de sécurité notoirement stricts de Disney. L'un des caméramans, quand il a été interpellé par les forces de sécurité, a fondu en larmes, disant qu'ils avaient complètement gâché les vacances de sa famille, ce qui lui a donné assez de temps pour passer les cassettes à un assistant de production qui attendait sur le côté et qui a pu sortir du parc avec le matériel.

Au cours des dernières années, plusieurs réalisateurs ont utilisé la couverture de touristes pour se rendre dans des régions sans se faire remarquer. Par exemple, une cinéaste a pu entrer au Sri Lanka pour enquêter sur des violations des droits humains sous prétexte de filmer des ruines archéologiques pour une étude anthropologique. Un autre groupe de défense des droits humains a pu entrer au Pakistan en mettant les caméras dans

le coffre d’une voiture rempli d’équipement d’alpinisme et en affirmant qu’il allait escalader une montagne.

Burma Issues est un partenaire de WITNESS qui travaille avec des communautés locales marginalisées et persécutées à l’intérieur de la Birmanie où un régime militaire brutal tyrannise son peuple. Ses enquêteurs doivent souvent passer par des zones sous contrôle des forces gouvernementales. Chaque fois qu’ils se rendent dans une nouvelle région, ils conviennent d’un point de rendez-vous alternatif en cas de combats. Pour être plus discrets, ils essaient de s’habiller comme les gens locaux et de transporter leur matériel dans des sacs semblables à ceux des villageois, dissimilant leurs caméras sous des aliments ou les enveloppant dans un linge. Ils n’inscrivent rien sur les étiquettes des cassettes enregistrées jusqu’à ce qu’ils soient revenus en lieu sûr.



Figure 2.1 Femme fuyant à travers la forêt pour échapper à l’armée birmane (Burma Issues/WITNESS)

Avant de vous rendre dans une région pour filmer, vous devez toujours savoir comment vous allez en repartir et vous entendre sur une stratégie de rechange avec votre équipe. Prévoyez votre sortie à l’avance. Sachez quoi faire avec vos séquences une fois qu’elles sont filmées. Sachez comment vous et vos cassettes sortirez en sécurité. Il se peut que vous soyez contraints de vous en séparer.

Rester en bonne santé

Que vous voyagiez dans un pays étranger, un Etat ou une province voisine ou que vous travailliez au sein de votre propre communauté, les questions de santé sont essentielles pour votre sécurité. Consultez un médecin qualifié à propos des risques médicaux dans la

région, des précautions à prendre, des vaccins (dont vous devrez peut-être présenter la preuve à la frontière) et des médicaments.

Considérez avec soin les risques médicaux auxquels s'exposent ceux qui vous entourent et sachez quoi faire en cas de besoin. Ne sous-estimez pas non plus les dangers moins évidents. Bien trop souvent, les morts sur le terrain sont causées non par la guerre, mais par les accidents de la route. Tommi Laulajainen de Médecins sans frontières (MSF, une ONG qui a pour mission de prodiguer des soins médicaux dans des zones de conflit) indique que l'une des préoccupations cruciales en matière de sécurité est le maintien des véhicules en bon état de marche : « Les pièces, la maintenance appropriée et une conduite sûre peuvent vous sauver la vie. »

Quel que soit l'endroit où vous voyagez, une trousse de secours comprenant les articles suivants est essentielle :

- Des bandages
- Des sutures stériles
- Des gants jetables
- Une sonde ou un tube trachéo-œsophagien en caoutchouc pour la réanimation respiratoire
- Des ciseaux
- Des épingles à nourrice
- Des sacs en plastique
- Une lampe de poche
- Du ruban adhésif
- De la colle médicale type Crazy Glue
- Une pommade antibiotique
- Des aiguilles stériles

Soyez prudent quand vous utilisez des médicaments courants, même de l'aspirine, car certaines personnes peuvent y être allergiques. Connaissez vos propres informations médicales (conditions préexistantes, allergies aux médicaments, médicaments sur ordonnance, groupe sanguin), ainsi que celles de vos collègues. Enfin, restez en bonne santé et en forme. Il n'y a rien de pire que de devenir un fardeau pour ceux qui vous entourent, surtout dans les moments de danger.

Obtenir une couverture d'assurance et résister aux pressions pour prendre des risques

Les assurances médicales et de voyage demeurent un luxe pour la plupart des gens dans le monde. Mais si vous le pouvez, demandez à vos employeurs ou à une organisation de vous couvrir. Y a-t-il quelqu'un susceptible de vous assurer pour les soins médicaux ou un rapatriement si vous ou vos collègues en avez besoin ?

Si vous enquêtez ou faites un reportage sur des questions de justice sociale, il se peut que vous soyez contacté par les médias en tant que free-lance. Les journaux, la télévision et les stations de radio peuvent être intéressés par les thèmes et les images sur lesquelles que vous travaillez. Ils font, par ailleurs, de plus en plus fréquemment appel à des

collaborateurs indépendants, une pratique qui coûte moins cher et qui est plus flexible que la responsabilité pour des salariés à plein temps.

Cela dit, dans ces circonstances, connaissez vos droits professionnels et ne les laissez pas faire pression sur vous pour prendre des risques excessifs. Comme le souligne Tina Carr du Rory Trust Fund, une organisation qui lutte pour la sécurité et la sûreté des journalistes free-lance, « [c]ela veut dire que vous ne devez jamais vous sentir contraint par un employeur de faire quelque chose que vous ne voulez pas. Sans la formation ni les assurances adéquates, vous n'avez pas à accepter des missions avec lesquelles vous n'êtes pas confortables ». Tina insiste sur le fait que les employeurs doivent assumer la responsabilité des risques potentiels que courent les employés qu'ils envoient sur le terrain, que ce soit des salariés à plein temps ou des indépendants. Cela veut dire leur donner une formation, un salaire et une couverture d'assurance appropriés.

Tourner dans des zones de conflit

Récemment, l'attention s'est portée sur les dangers que courent les journalistes dans des zones de guerre et de conflit. De nombreux journalistes professionnels (surtout occidentaux) reçoivent maintenant une formation dans le cadre d'ateliers de style militaire qui couvre les premiers soins, les stratégies d'évaluation des risques, l'équipement de protection (casques, gilets pare-balles, etc.), l'attitude à adopter face aux armes biochimiques ou aux mines antipersonnel ou en cas de prise d'otage et toute une gamme d'autres aptitudes.

Vous trouverez sur le site du Comité pour la protection des journalistes <www.cpj.org> un excellent guide, *On Assignment: Guide to Reporting in Dangerous Situations* (« En mission : Guide pour les reportages dans des situations dangereuses »), que vous pouvez télécharger gratuitement. Celui-ci aborde les questions que confronte le journaliste qui est envoyé dans une zone de conflit : précautions sanitaires et physiques, plans d'urgence, connaissances culturelles et linguistiques, comportement à suivre, procédés pour se rapprocher du sujet à filmer, zones de combat, règles d'engagement et méthodes pour survivre à la captivité. Ce guide contient également une nouvelle section élargie sur les risques durables destinée aux journalistes locaux qui travaillent dans la région où ils vivent. Elle couvre les questions d'évaluation des risques personnels, la formulation de plans d'urgence et les risques pour les free-lances et les guides. Vous trouverez aussi des informations intéressantes dans le « Guide pratique du journaliste » publié par Reporters sans frontières que vous pouvez télécharger gratuitement de leur site <www.rsf.org>.

Mais le plus grand danger pour les défenseurs des droits humains n'est pas de recevoir une balle perdue dans une zone de conflit. Comme nous l'expliquons ci-après, les personnes les plus à risque sont les activistes et les journalistes locaux qui osent enquêter sur des sujets que personne d'autre ne veut couvrir. Ils sont souvent tués en représailles pour leur reportage et le véritable besoin, sur ce plan, est un changement institutionnel et non des solutions temporaires comme la formation ou l'exil involontaire.

SUR LE TERRAIN

Il y a de nombreuses stratégies pour assurer votre sécurité quand vous êtes sur le terrain avec votre matériel vidéo. Dans certains contextes, le fait d'être franc et d'avoir une autorisation officielle avec les documents pour prouver qui vous êtes peut rendre la situation plus sûre. Ailleurs, filmer des violations clandestinement sera le seul moyen de prévenir d'autres actes de violence.

Maintenant que vous êtes armé de vos plans, vos préparatifs, votre formation et votre présence d'esprit, vous êtes prêts à commencer à filmer.

La caméra est-elle un bouclier ou une provocation ?

Parfois, la présence d'une caméra peut sauver des vies. Dans d'autres situations, les personnes munies de caméras font l'objet d'une attention particulière. Vous devrez déterminer lequel des deux scénarios s'applique à votre situation.

Joey Lozano se souvient, non sans humour, des obstacles auxquels il fait face:

> Dans de nombreuses situations, quand j'accompagne les groupes autochtones qui tentent de récupérer leurs terres, la simple présence d'une caméra vidéo les empêche de se faire massacrer par les hommes armés qui leur bloquent la route. C'est souvent arrivé à Mindanao (l'île la plus méridionale des Philippines où travaille Joey). Quand je quitte la communauté, les hommes armés attendent tout simplement mon départ pour retourner et commencer à tirer. C'est ce genre d'incidents qui me convainc vraiment du pouvoir de la vidéo... surtout dans ce genre de situations de vie ou de mort.
>
> Ce qui est bien, c'est que la vidéo peut vous empêcher d'être abattu, parce que les types qui tiennent les fusils ne veulent pas être capturés sur vidéo. J'imagine que les autochtones se moqueraient de moi, parce que ça ressemble à un western. C'est à qui dégainera le premier, eux avec leurs fusils et moi avec ma caméra – et on attend de voir qui tirera le premier. C'est un drôle de situation.

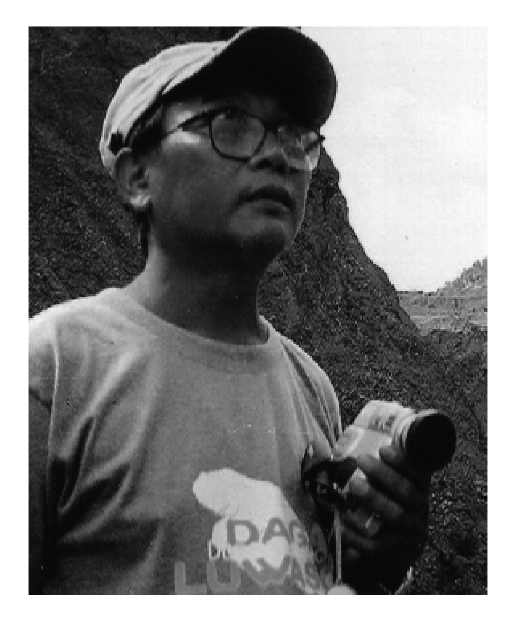


Figure 2.2 Joey Lozano (Necessary Illusions Productions)

D’un autre côté, chez Burma Issues, les enquêteurs doivent se déplacer au milieu de forces dangereuses et antagonistes. L’un de ses membres dit :

> Il est très dangereux de se faire prendre avec une caméra, presque plus qu’avec un fusil. Les autorités gouvernementales n’aiment pas être filmées et elles n’aiment pas les personnes qui recueillent des informations. Elles savent que la technologie a fait des progrès et que la vidéo peut montrer la vérité. Les forces d’opposition sont aussi conscientes du pouvoir des médias.

Anand Patwardhan a observé un changement de réaction vis-à-vis de sa caméra :

> Parfois, la caméra aide. La police se comporte bien mieux. Ce n’est pas le cas des extrémistes ces jours-ci… Ils ont eu trop mauvaise presse et semblent moins enclins à vivre et à laisser vivre, à moins que vous ne puissiez les berner et vous faire passer pour l’un d’entre eux. Ce n’est pas aussi facile que ça en a l'air.

Aux Etats-Unis, les protestataires contre la mondialisation affirment que les personnes qui filment les manifestations et les rallyes sont particulièrement la cible d’arrestations ou de harcèlement par les forces de l’ordre.

Rappelez-vous votre mission

Ne filmez que quand c’est nécessaire. Comme le dit Simon Taylor de Global Witness :

> Ne filmez pas tout. Vous risquez de perdre beaucoup de temps. Sachez ce dont vous avez besoin. La leçon numéro une est de savoir ce qui vaut la peine d’être filmé et ce que vous allez en faire.

Ne prenez pas de risques inutiles. Par exemple, dans certains pays, il peut être illégal de filmer des membres de l’armée ou même des bâtiments officiels. A quoi bon compromettre toute une mission en filmant des images qui ne sont pas pertinentes ou utiles ? Soyez aussi prudents avec qui vous parlez, même de façon informelle. Les nouvelles vont vite : ne divulguez donc que les informations qui sont strictement nécessaires.

Protéger les personnes que vous filmez

Travailler en partenariat avec vos sujets pour garantir leur sécurité est la considération la plus importante dans tout travail d’enquête sur les droits humains.

Consentement

Vous devez, d’abord et avant tout, vous assurer que votre sujet comprend parfaitement ce que vous êtes en train de faire et comment vous prévoyez d’utiliser le matériel filmé. Est-il ou elle à l’aise avec le fait d’être associé(e) au thème du projet ou tout autre thème qui pourrait apparaître dans les séquences brutes et dans la version finale après montage ? Il est bon d’envisager le pire quand vous discutez des incidences que peut avoir le fait que

votre matériel sera vu par de nombreuses personnes. Voir ci-dessous pour plus d'informations.

Communication

Agissez avec prudence quand vous contactez les personnes que vous filmez dans des situations dangereuses ou potentiellement dangereuses. Envisagez d'utiliser un intermédiaire et travaillez avec vos interviewés pour déterminer le mode le plus sûr pour eux.

Lieu du tournage

Connaissez le lieu où vous conduirez vos interviews. Est-ce un lieu sûr ? Choisissez des endroits neutres où vous et vos interviewés pourrez entrer et sortir par des portes d'entrée et de sortie différentes.

Le consentement donné en pleine connaissance de cause

Le consentement donné en pleine connaissance de cause est vital pour tout documentaire vidéo responsable, surtout pour les personnes qui resteront en position de vulnérabilité après le tournage. L'aspect primordial de la plupart des situations se rattachant aux droits humains est que le consentement donné en pleine connaissance de cause protège non seulement la personne qui filme – autrement dit, vous avez obtenu une autorisation en bonne et due forme qui vous protège contre une éventuelle action en justice – mais aussi la personne filmée, surtout dans les cas où celle-ci a déjà fait l'objet de persécutions. Le consentement donné en pleine connaissance de cause n'est pas une question de formulaires et de documents à remplir, mais au contraire, l'assurance que la personne filmée comprend réellement l'impact potentiel que cela peut avoir sur elle et partant, qu'elle accepte d'être filmée et que le film soit distribué.

En tant que réalisateur pour la défense des droits humains ou la justice sociale, vous devez tenir compte de trois niveaux de permission et de consentement :

1. Les documents légaux que les chaînes de télévision (notamment aux Etats-Unis) exigeront, mais qui ont une portée juridique limitée. Le langage juridique et la nature écrite de ces formulaires de consentement peuvent aussi poser des difficultés pour des personnes dont le niveau d'instruction est limité ou qui ne sont pas habituées à ce type de langage.
2. Le consentement filmé sur caméra après l'explication d'un projet. Dans ce cas, la personne filmée entend l'explication d'un projet, puis donne son nom et son accord à la caméra.
3. Le consentement donné en pleine connaissance de cause sur la base d'une compréhension des risques et des avantages possibles, suivi de la décision de participer, ainsi que de la définition d'un niveau acceptable de risque. Cela peut vouloir dire que la personne aura la possibilité de retirer ultérieurement son autorisation d'utiliser les séquences tournées, si le niveau de risque augmente.

D’ordinaire, la discussion concernant les risques et les avantages, ainsi que la procédure du consentement donné en connaissance de cause se fait hors caméra.

Sam Gregory souligne que dans les communautés vivant dans des zones reculées et ayant un accès limité à la télévision et aux autres médias, il sera peut-être nécessaire d’expliquer en détail l’impact potentiel d’une diffusion télévisée et de préciser que les images que vous tournez peuvent se retrouver sur le petit écran :

> Parfois, les gens ne sont pas conscients de l’ampleur d’une diffusion à la télévision ou de l’impact qu’elle avoir sur la vie privée. Vous devez discuter de l’impact potentiel que peut avoir le fait que vos images seront vues par des millions de personnes. Vous devez évoquer les aspects négatifs, mais aussi la contribution que peut apporter un million de spectateurs à votre cause.

Questions possibles pour le consentement donné à la caméra

Le consentement donné à la caméra peut prendre la forme de réponses aux questions suivantes :

1. Veuillez citer votre nom et la date de cette interview.
2. Comprenez-vous ce que nous faisons ? Veuillez l’expliquer avec vos propres mots.
3. Consentez-vous à ce que votre interview soit incluse dans ce projet, y compris sur vidéo et (indiquez plusieurs autres médias que vous utiliserez, presse écrite, photos et Internet) ?
4. Savez-vous qui verra la vidéo finale ?
5. Y a-t-il des restrictions quant à l’utilisation de l’information que vous nous donnez ou de la vidéo elle-même dont nous devrions être conscients ?
6. Savez-vous que vous pouvez interrompre le tournage à tout moment pour poser des questions ou faire une pause ?

Voir les annexes III et IV pour des formulaires types d’autorisations personnelles.

Cette analyse de l’impact d’une diffusion à grande échelle devrait avoir lieu en parallèle avec l’analyse de la pire situation où vous envisagez la possibilité que votre pire ennemi voie vos séquences tournées.

Vous devez être honnête à propos de qui sera le public et entre les mains de qui le matériel peut tomber, une fois que l’information sera rendue publique. Vous devez informer vos sujets si vous entendez utiliser le matériel sous une autre forme, telle que photo dans un journal, un livre ou un document écrit.

Certains peuvent changer d’avis par la suite. Vous devez respecter leur décision. Si possible, revenez vers une personne que vous avez filmée avant que les images ne deviennent publiques pour vous assurer que vous disposez toujours de son consentement. Revoyez le matériel enregistré avec elle et passez en revue, étape par étape, le matériel et les plans que vous pensez utiliser au montage.

Etude de cas : Retrait du consentement

Les situations et les perspectives peuvent changer tout au long du film et les sujets peuvent décider de retirer leur consentement - pendant le tournage ou plus tard, pendant

le montage - surtout après avoir vu les bout-à-bout (voir chapitre 5, pp. 154-5 pour en savoir plus sur le consentement pendant la phase de montage). En tant que défenseur des droits humains, vous devez être prêt à accepter l'éventualité que des sujets décident de se retirer purement et simplement du projet, ce qui peut signifier la fin de votre film – ou la perte d'une ou deux séquences. Très rarement, il arrive que le retrait du consentement, comme dans le projet décrit à la p. 155, mette fin au film tout entier.

Quand Mandy Jacobson et Karmen Jelinic ont terminé leur montage fin de *Calling the Ghosts*, elles ont eu une énorme dispute pour savoir si elles devaient ou non montrer le film à leurs sujets. Mandy, qui vient d'une tradition cinématographique plus classique, soutenait qu'elles ne devaient pas le faire et que cela compromettrait leur « contrôle du montage », tandis que Karmen insistait que même si elles avaient obtenu de leurs sujets un consentement total et donné en pleine connaissance de cause, il s'agissait d'une question morale et la contribution finale des participantes était essentielle.

« Je suis heureuse d'avoir écouté Karmen, car nous devions respecter la puissance politique du témoignage », dit Mandy aujourd'hui. Cela faisait deux ans qu'elles avaient terminé le tournage et elles ont été étonnées par les segments que les sujets leur demandaient de retirer. Deux femmes, qui avaient été interviewées (leur dialogue n'avait pas été utilisé dans la version finale), ont demandé aux réalisatrices de retirer toutes les images vidéo où elles apparaissaient dans le camp de réfugiés. Cette demande signifiait qu'il fallait démonter une séquence de montage magnifiquement assemblée.

L'une des principales participantes, qui avait révélé des choses intimes et difficiles dans un témoignage direct, a demandé que seule soit retirée une séquence – celle de ses parents plaisantant sur son état civil.

A la fin, Mandy et Karmen n'ont eu que des modifications mineures à faire. Elles les ont été effectuées pour des raisons morales, car elles avaient déjà obtenu les autorisations nécessaires en bonne et due forme. Il était évident que les sujets songeaient à rebâtir leur vie en Bosnie et souvent, les réalisateurs ne pensent pas aux répercussions de leur travail sur les communautés qu'ils filment.

Obscurcir et dissimiler l'identité

Certaines personnes accepteront d'être filmées, mais vous demanderont de dissimiler leur identité ou le lieu où elles se trouvent. L'identité d'une personne peut être déduite d'un certain nombre de facteurs :

- Son visage est visible
- Son nom est donné dans le dialogue ou est indiqué à l'écran
- Elle porte des vêtements distinctifs
- Sa voix est reconnaissable
- Elle fait référence à des endroits, des sites ou des gens qui sont identifiables et spécifiques
- Elle est vue en compagnie de personnes qui peuvent être identifiées

Il y a généralement deux moments où vous pouvez dissimiler l'identité de quelqu'un que vous avez filmé : pendant le tournage et au moment du montage.

En règle générale, vous avez plus d'options si vous filmez des séquences de bonne qualité sur le terrain, puis les modifiez dans la salle de montage. La sécurité doit toutefois être votre souci numéro un.

Si la menace de confiscation de votre matériel original – que ce soit en transit ou d'un lieu où il est archivé – est élevée, ce sera une bonne idée de dissimiler l'identité pendant le tournage et il sera sans doute malavisé de demander aux sujets de s'identifier à la caméra.

Certains sujets vous demanderont spécifiquement d'obscurcir leur identité pendant le tournage et de ne pas attendre la phase de montage pour le faire.

Pour ce faire, vous pouvez :

- Demander à la personne de ne pas mentionner de noms ou de lieux spécifiques
- Lui demander de ne pas porter de vêtements distinctifs
- Utiliser une forte lumière de fond pour que l'image de la personne se dessine en silhouette, face à la caméra ou de profil (voir figure 2.3)
- Rendre les images floues de sorte que le visage de la personne ne puisse être reconnu
- Ne pas illuminer le visage de la personne dans une scène
- Filmer ses mains ou une autre partie de son corps plutôt que son visage
- Filmer de derrière de sorte que son visage ne soit pas visible ou filmer de profil
- La filmer avec une casquette qui lui cache les yeux : les yeux sont la partie la plus reconnaissable du visage (voir figure 2.4)

Soyez sensible aux questions délicates que vous posez. Proposez d'arrêter la caméra à n'importe quel moment et de rejouer les interviews, une fois que vous aurez terminé de filmer, pour donner aux sujets vulnérables la possibilité de revoir le matériel.

Il y a d'autres solutions pendant le montage, comme :



Figure 2.3 Pendant la production, l'identité peut être dissimulée en filmant la silhouette d'un interviewé (Oxygen Media LLC/Witness)



Figure 2.4 Des vêtements non distinctifs et une casquette pour cacher le visage dans une interview sur le travail forcé menée par Burma Issues (Burma Issues/Witness)

- Obscurcir les visages au montage, soit par un effet numérisé sur l'ensemble du visage ou d'autres signes distinctifs, soit par une barre numérique placée uniquement sur les yeux (voir figure 2.5).



Figure 2.5 Un visage numérisé dissimile l'identité d'une femme dans *Bought & Sold* (Global Survival Network/WITNESS)

- Obscurcir les signes distinctifs au premier plan, à l'arrière-plan ou sur l'interviewé, comme un logo sur une chemise
- Retirer, lors du montage son, les noms et les repères de lieux
- Déformer la voix pour la rendre moins identifiable

- N’utiliser que la bande son
- Ne pas montrer les visages ou les signes distinctifs, mais utiliser d’autres images des mains ou du lieu de l’interview qui ne soit pas reconnaissable (l’interviewé étant parfois vu en très grand ensemble) avec la piste audio de ce dernier

---

Etude de cas : Protection d’identités au Tibet

Le Tibet est appelé la plus grande prison du monde. Depuis plus de cinquante ans, il est sous la domination du gouvernement chinois.

Robbie Barnett, professeur d’études tibétaines modernes à l’Université de Columbia et l’un des fondateurs du Tibet Information Network, raconte :

> Maintes et maintes fois, au cours des 25 dernières années, nous avons vu l’opportunisme de journalistes occidentaux qui se rendent au Tibet à la recherche d’images interdites pour « montrer au grand jour la répression », tout en mettant en péril la vie des gens sur place et les exposant potentiellement à des mesures sévères de représailles aux mains du gouvernement.

Le premier documentaire de ce genre est sorti à la fin des années 80, quand Vanya Kewley, une journaliste britannique à la recherche de témoignages directs sur la torture et la répression, a filmé et utilisé des interviews avec des religieuses décrivant les tortures qu’elles avaient subies sous le régime chinois. Bien que Vanya Kewley ait rendu flous certains visages pour obscurcir leurs identités dans la version finale du film qui a été diffusée à la télévision britannique, d’autres visages étaient montrés ouvertement. Les autorités chinoises ont ainsi pu traquer plusieurs Tibétains, qui ont été arrêtés, selon le journal *The Guardian*. Parmi eux se trouvait une religieuse qui a raconté par la suite qu’elle avait été torturée.

Avant la diffusion du film, Robbie Barnett se rappelle avoir posé quelques questions à Kewley et aux responsables de la chaîne :

> Je leur ai demandé comment ils savaient que les femmes dans le film seraient en sécurité. « Quelles mesures avait-elle prises pour vérifier leur situation après la diffusion ? ». Elle m’a répondu que ces femmes avaient consenti à être interviewées et c’était suffisant pour elle. Je n’ai pu la convaincre que ce qu’on appelle « le consentement donné en pleine connaissance de cause » ne suffisait pas dans cette situation. Mais c’était à elle de prouver pourquoi elle avait « besoin » de montrer ces interviews. Quel était son but ? Trop souvent, les gens sont persuadés que le film va révolutionner leur monde, que le film fera une différence s’ils participent. Malheureusement, ce n’est pas le cas. L’impact supplémentaire de montrer leur visage est minime et vaut rarement les souffrances qu’ils endureront après.

Plus tard, Robbie a appris que d’autres mesures de représailles avaient été prises par le gouvernement contre une femme qui n’était même pas apparue dans le film, mais qui avait été torturée en prison pendant six mois uniquement parce qu’elle avait hébergé les réalisateurs pendant le tournage.

Un autre cas similaire s'est produit à la fin des années 90 : un Tibétain a raconté, après son évasion de prison, avoir été emprisonné pendant quatre ans pour avoir travaillé

avec une réalisatrice allemande qui tournait un documentaire secret au Tibet. Il a dit avoir été battu et accusé d'être un espion. Maria Blumencron, la réalisatrice du film, a déclaré au *Guardian* : « Pendant plus de quatre ans, j'ai vécu un enfer, me demandant ce qui était arrivé à mon guide et j'ai souvent regretté d'avoir fait ce film. »

Mais elle n'a jamais expliqué pourquoi elle avait eu besoin de mettre sa vie en péril, souligne Robbie : « Elle aurait pu tourner son film comme une touriste au Tibet sans engager de personnes sur place pour travailler avec elle. »

Récemment, un projet canadien de 2004, intitulé *What Remains of Us* (« Que reste-t-il de nous ? ») a essuyé les critiques de groupes de défense des droits humains pour avoir mis en danger la vie de Tibétains. Les réalisateurs ont secrètement filmé des personnes au Tibet regardant un enregistrement de leur chef spirituel en exil, le Dalaï-lama. C'est un crime politique au Tibet de détenir même une image de ce dernier. Le film montre en gros plan les visages de personnes regardant un enregistrement sur ordinateur portable du message du Dalaï Lama et leurs réactions.

Les réalisateurs et producteurs (de l'Office National du Film, financé par le gouvernement canadien) ont insisté qu'ils avaient pris les précautions nécessaires pendant le tournage et qu'ils mettraient dorénavant des gardes de sécurité à l'entrée des projections publiques dans les festivals de films pour détecter des caméras et autres appareils d'enregistrement.

Mais leurs critiques restent dubitatifs de l'efficacité de cette méthode. Robbie Barnett est d'avis que « [l]es mesures de sécurité dans le cadre de ces projections relevaient toujours davantage du coup publicitaire que de la véritable protection des personnes impliquées dans le film. »

« La façon dont ce film a été tourné et le fait qu'il est diffusé publiquement sont pour nous une grande source de préoccupation », a déclaré John Ackerley du International Campaign for Tibet au *Guardian.* « Le désir de montrer des films comme celui-ci l'emporte souvent sur les risques que peuvent courir les gens qui y figurent. Bien trop souvent, les conséquences des actes des réalisateurs sont désastreuses pour les Tibétains concernés. »

Question clé

Si les images que vous enregistrez sont confisquées, risquent-elles de mettre sérieusement en danger la vie de quelqu'un ? Songez à n'enregistrer et/ou à ne transporter que la bande son, s'il y a des repères visuels susceptibles de compromettre votre projet et les personnes impliquées. Le son peut désormais être enregistré numériquement et sauvegardé sur des disques de très petite taille. Vous pouvez le sauvegarder sur votre caméra vidéo ou l'enregistrer et le transférer sur un téléphone portable, un baladeur, un iPod, un ordinateur de poche, un disque dur ou un ordinateur portable. Et le plus important, c'est qu'il est plus difficile de retracer l'origine d'un son que celle d'une vidéo.

Réaliser une interview hostile

Dans certains cas, vous filmerez des interviewés qui vous sont hostiles ou qui sont hostiles à votre projet ou à votre communauté. Dans ces cas-là, vous devez faire particulièrement attention aux points suivants :

Moment choisi pour l'interview

- Le reste de votre film sera-t-il compromis une fois que vous aurez sollicité cette interview ? (Peut-être serait-il bon de faire cette interview en dernier).
- Votre interview pourrait-elle interférer avec d'autres décisions affectant la communauté ?

Confidentialité des autres interviewés

- Pouvez-vous garantir que vous ne révèlerez pas d'informations concernant les autres personnes que vous aurez interviewées à votre interlocuteur hostile ?
- Serez-vous mis sous surveillance après avoir sollicité/conduit cette interview et le cas échéant, est-ce que cela mettra en danger la vie d'autres personnes ?

Consentement en bonne et due forme

- Il est essentiel d'obtenir une autorisation signée en bonne et due forme de la part de votre interlocuteur.
- Assurez-vous que vous avez les moyens d'étayer la description du projet que vous donnez à votre interviewé. N'oubliez pas qu'il enregistre peut-être aussi l'interview pour ses propres dossiers.

Obtenir l'interview en soi sera peut-être votre première difficulté, si vous avez un accès limité à votre sujet ou si vous devez passer par d'autres, tels que le département des relations publiques, pour solliciter l'interview. Vous risquez de devoir attendre ou de vous faire opposer le silence. A ce stade, il vous faudra peut-être convaincre le sujet qu'il est dans son meilleur intérêt de participer à ce projet.

Faites preuve de persévérance : recontactez-le par téléphone ou par courrier, voire attendez-le dans sa salle d'attente ou son bureau. Si possible, faites en sorte de filmer les démarches que vous entreprenez pour obtenir l'interview. Ces séquences peuvent être utiles au montage et serviront à démontrer que vous avez été équitable dans vos tentatives de représenter « l'autre côté ».

Une fois que vous aurez accès au sujet de votre interview, vous devez tenir compte des points suivants :

- Faites signer l'autorisation/le consentement écrit *avant* de commencer votre interview.
- Etablissez un *ordre de priorité* pour vos questions : commencez par des questions simples, mais n'attendez pas trop longtemps pour poser les questions difficiles, car l'interview peut prendre fin à tout moment.
- Il y a fondamentalement *une question clé* dans toute interview : celle à laquelle vous voulez que votre interlocuteur réponde. N'hésitez pas à reformuler votre question et à la reposer, si vous pensez que sa réponse n'est pas complète. Ne craignez pas de la répéter plusieurs fois.

Les stratégies d'interview varient. Il est parfois à votre avantage de ne rien faire et de laisser votre sujet parler. Dans d'autres occasions, vous devrez adopter une approche plus agressive où vous arrivez armé de vos faits et de vos questions pour lui demander des explications et ne pas le laisser s'en tirer sans répondre.

Gardez à l'esprit différentes stratégies visuelles : par exemple, inclure l'intervieweur dans le champ permet au public de voir, d'une part, la réaction de l'interviewé et, d'autre part, la personne à qui il/elle réagit.

Interviews surprises et interviews en embuscade

Il est possible que vous ne puissiez jamais accéder à votre sujet par la méthode traditionnelle de solliciter une interview. S'il s'agit d'une personnalité publique, songez à utiliser l'une de ses apparitions publiques comme une plateforme pour conduire une *interview surprise*. Par exemple, un politicien participe à la cérémonie d'ouverture d'une école : pourrez-vous l'approcher de suffisamment près pour lui poser une ou deux questions avant, pendant ou après la cérémonie ? Si oui, le souci de préserver son image l'amènera sans doute à répondre à vos questions. Par ailleurs, en le filmant dans une situation publique, vous serez plus à même de le tenir responsable de ses propos.

Certains réalisateurs ont recours aux *interviews en embuscade,* ce qui revient à « tendre une embuscade » au sujet, alors qu'il quitte son bureau, à l'aéroport ou dans la rue. Les caméras devront tourner en permanence et à vrai dire, vous n'obtiendrez sans doute pas beaucoup de réponses à vos questions. Il est rare, en effet, que des sujets hostiles s'arrêtent pour vous parler dans la rue, s'ils ont déjà refusé de vous recevoir dans leur bureau. Mais ce que vous obtiendrez, si ce n'est pas trop risqué, ce sont des images qui disent clairement : « Cette personne a refusé de nous parler, malgré nos tentatives ! ».

Sécurité pendant une interview hostile : stratégie de sortie

Si vous ou votre équipe vous sentez directement menacés physiquement pendant ou juste après l'interview, assurez-vous que quelqu'un à l'extérieur soit prêt à agir en cas d'urgence. L'idéal serait d'être en contact par téléphone portable, mais vous pouvez aussi convenir d'une heure au-delà de laquelle, si vous ne vous manifestez pas, un plan de secours se mettra en place. Qui faut-il appeler, si vous ne réapparaissez pas à l'heure ? Quel est le plan pour vous faire sortir en sécurité ? Voir p. 31 pour en savoir plus.

Surveillance et routine

Dans les régions où il existe une menace constante d'enlèvement ou d'assassinat, changez constamment de routine. Dans les zones où la prise d'otage est monnaie courante, évitez de dormir deux fois au même endroit et de manger tous les jours à la même heure au même endroit. Variez le chemin que vous empruntez. Ne dites pas à des étrangers où vous allez ni quand.

Soyez aussi attentif à possibilité d'être placé sous surveillance. Par exemple, en Equateur, Frank Smyth a remarqué qu'un vendeur de glaces garait sa camionnette tous les jours devant sa maison, mais qu'il ne vendait jamais de glaces. « Parfois », dit-il, « les services de renseignement ne sont pas très compétents. » Faites attention aux nouveaux

visages dans votre quartier. Si vous pensez qu'on vous suit ou vous observe, demandez à un ami de vous suivre quand vous empruntez un nouveau chemin pour vous rendre au travail, par exemple, pour voir si quelqu'un d'autre vous prend en filature.

Etude de cas : Des informateurs pour voisins

Burma Issues réalise des films vidéos sur le mouvement populaire en Birmanie – vous retrouverez des exemples de son travail sur les sites de WITNESS et de Burma Issues <www.burmaissues.org>. L'organisation envoie des enquêteurs originaires de la minorité ethnique des Karens dans des villages reculés, qui se trouvent soit sous le contrôle du CEPD (le gouvernement militaire de Birmanie) soit sous celui des groupes d'opposition de la minorité ethnique. Les enquêteurs se rendent aussi dans des camps provisoires de personnes déplacées qui ont été chassées de leurs villages par l'armée. Ils passent parfois deux semaines sur place pour recueillir les preuves des atteintes aux droits humains.

Une fois qu'ils sont dans un village, il leur est difficile de trouver des gens disposés à leur parler. Dans les zones sous contrôle gouvernemental, les individus les mieux informés (ceux qui ont une vue d'ensemble de la situation) ne veulent pas être filmés/vus sur vidéo car ils seront reconnus ; ceux qui sont prêts à être interviewés sont d'ordinaire des gens qui ont des griefs particuliers. Les personnes les plus susceptibles de leur parler sont celles qui ont perdu espoir, parce qu'elles ont été rendues infirmes ou sont âgées, celles qui vivent dans les zones sous le contrôle de l'opposition ethnique et les personnes déplacées qui parleront de tout, sauf du lieu où elles se trouvent.

Le deuxième problème réside dans le fait qu'il est impossible de faire confiance à son voisin. Il y a des informateurs dans tous les villages et ils dénonceront à la police la présence d'un enquêteur. En outre, les chefs de village sont tenus de rapporter aux autorités la présence d'étrangers sous peine d'éventuelles sanctions.

L'un des enquêteurs observe :

> Tout ce qui arrive dans le village doit être rapporté par les villageois au CEPD. Les chefs du village doivent le faire, parce que d'autres iront dire au CEPD qu'il y a eu des visiteurs, même si eux-mêmes ne le font pas. Quand je leur rends visite, la plupart du temps, ils ne disent rien, mais parfois, dans le village, il y a des marchands ambulants birmans (comme des vendeurs de glaces) qui ne sont pas des Karens [la minorité ethnique locale] - et ces derniers peuvent aller le rapporter aux autorités.

Bien souvent, un enquêteur de Burma Issues emmènera des sujets dans un lieu sûr à l'extérieur du village pour réaliser l'interview. Un autre dit : « J'emmène les villageois dans un lieu tranquille ou dans une maison… ou un soldat de l'opposition me les amène de sorte qu'ils ne soient pas directement liés à moi. »

Les gens hésitent à divulguer des informations aux groupes de défense des droits humains. Ils l'ont fait dans le passé sans que cela n'ait entraîné de changement notable dans leur vie. C'est pourquoi Burma Issues dit qu'il est important d'expliquer pourquoi le tournage a lieu et quel est le public cible. L'équipe de Burma Issues explique la mission de l'organisation et le projet de vidéo, ainsi que l'importance de documenter les violations des droits humains, et s'engage à ne pas montrer le visage d'un sujet, s'il en fait la demande.

> L'important pour l'enquêteur, c'est d'être aimable avec le villageois de façon à ce que la relation entre ce dernier et la personne qui filme soit bonne et que nous puissions obtenir plus d'informations. Parfois, lorsque nous sommes dans une zone contrôlée par l'opposition, nous passons une semaine avec des villageois, célébrons un festival avec eux, dormons dans leur maison et mangeons avec eux. De cette manière, nous pouvons renforcer notre relation avec eux. Mais ils s'inquiètent toujours de ce qu'il nous arriverait, à nous et à eux, s'ils étaient pris.
>
> Nous nous mettons aussi parfois d'accord avec les villageois que si quelqu'un à qui ils ne font pas confiance vient au village, ils vont mentir et dire que nous sommes leurs frères ou que nous venons de tel ou tel autre village. Ce n'est pas un problème dans les zones sous contrôle du CEPD où les Birmans ne sont pas capables de discerner entre un Karen et un autre, mais ça l'est dans les régions contrôlées par les minorités ethniques qui sont alliées au CEPD, comme ce sont des Karens et qu'ils peuvent nous reconnaître.

Protéger votre matériel et vos cassettes

Frank Smyth dit : « Essayez de soustraire l'information et les cassettes à la situation de risque immédiate. Le moment le plus dangereux, c'est quand vous êtes en possession de la cassette. »

Prendre la bonne décision sur la manière de protéger et de transporter en sécurité vos cassettes dépendra toujours des circonstances locales dans lesquelles vous vous trouvez. Les scénarios et les conseils ci-dessous vous aideront à prendre cette décision en connaissance de cause. Mais si vous avez un doute, débarrassez-vous de la cassette ou détruisez-la, surtout si elle contient des informations sensibles ou des identités non dissimulées qui peuvent mettre en danger la sécurité ou la vie de quelqu'un.

En règle générale, il est bon d'avoir sur vous une cassette de rechange, déballée, facilement accessible, à moitié filmée ou dont vous aurez fait une avance rapide, qui contient des images anodines. Si quelqu'un vous interpelle pendant que vous filmez et vous demande de lui remettre votre cassette, substituez la cassette « factice » à celle qui se trouve dans votre caméra.

Une stratégie pour protéger vos cassettes est de ne jamais les perdre de vue. Tia Lessin dit :

> Quand je suis sur le terrain, je prends tout mon matériel avec moi. Je ne fais même pas confiance à l'équipe pour porter les cassettes filmées. Je les garde sur moi. Je ne les laisse pas dans ma chambre d'hôtel, dans la voiture, nulle part. Elles sont toujours sur moi. J'ai un grand sac à dos. C'est une bonne habitude à avoir.

Joanna Duchesne, une productrice et réalisatrice qui a couvert les droits humains à travers le monde pour Amnesty International, se souvient :

> Il y a quelques années, nous filmions l'histoire d'une avocate de défense des droits humains, qui était harcelée à cause de son travail en Tunisie. Le gouvernement ne voulait pas qu'on raconte son histoire. Nous savions que nos chambres étaient fouillées pendant que nous étions en train de filmer à l'extérieur et que nous étions suivis. Je portais les cassettes sur moi en

> permanence et les ai étiquetées pour qu'elles aient l'air de cassettes de touristes. Nous savions que d'autres équipes qui avaient tourné des reportages sur les atteintes aux droits humains avaient eu leurs cassettes confisquées par la police à l'aéroport. Nous avons donc fait sortir clandestinement les cassettes du pays et avons passé la douane avec des cassettes factices.

Evitez d'étiqueter vos cassettes avec des noms réels et gardez l'information concernant les personnes filmées séparée des cassettes si vous les transportez dans des zones à risque. Utilisez un codage et une numérotation que seuls vous et quelqu'un chez vous pouvez comprendre.

Si vous pensez que vos cassettes risquent d'être effacées ou détruites plutôt que d'être utilisées comme preuve à charge contre vous ou les gens que vous avez filmés, pensez à copier vos cassettes dès que possible après le tournage. Cela peut être aussi simple que de faire une copie de caméra à caméra sur le terrain. Dans les situations où vous avez une équipe de soutien qui vous entoure, songez à avoir une personne qui servira de « coursier » et se chargera de mettre les cassettes en lieu plus sûr dès qu'elles seront filmées.

De pair avec cette stratégie, il est aussi possible de déployer plusieurs caméras à la fois : une caméra de taille plus importante et très visible qui retiendra l'attention des gens alentour et d'autres caméras plus petites ou cachées, sans équipe d'accompagnement, qui pourront filmer des images prises sur le vif.

Si vous ne pouvez faire sortir vos cassettes du lieu du tournage, il vaudra mieux les cacher. Pendant le massacre du cimetière de Santa Cruz au Timor oriental en 1991, Max Stahl, un vidéaste, avait sa caméra qui tournait pendant que l'armée commettait ses atrocités. Il a ensuite caché ses cassettes au milieu des pierres tombales et a mis une cassette vierge dans sa caméra qui a été confisquée. Il est retourné plus tard au cimetière pour récupérer les bandes originales qui ont révélé au monde entier comment plusieurs centaines de personnes avaient été abattues alors qu'elles assistaient paisiblement à des funérailles. Ces images ont eu pour effet d'accroître considérablement la prise de conscience et la reconnaissance à l'échelle internationale de la répression indonésienne au Timor oriental.

Enquêter clandestinement

Enquêter clandestinement est souvent une expérience éreintante et il est essentiel de rester confiant pour garder les apparences.

Joey Lozano remarque :

> N'ayez pas l'air trop différent des personnes avec qui vous vous trouvez. Filmez comme si c'était naturel – ne donnez pas l'impression que vous êtes en train de faire quelque chose d'illégal. Soyez sur le qui-vive pour tout danger potentiel et soyez prêt à partir, si la situation l'exige. Etre ou paraître trop courageux peut parfois être interprété par l'ennemi comme une provocation. Avoir un sourire aux lèvres en permanence fait des miracles.

Rester flexible et vous adapter rapidement aux circonstances peut vous aider à améliorer vos techniques. Quand Simon Taylor enquêtait sur les camps de bois tropicaux à la frontière entre la Thaïlande et le Cambodge, il a d'abord passé beaucoup de temps à parler avec les « larbins », les ouvriers en bas de l'échelle qui travaillaient à la grille

d’entrée du camp. Il s’est rapidement rendu compte que non seulement, cela ne le conduisait nulle part, mais que cela le rendait suspicieux. Il a commencé à comprendre le fonctionnement de la hiérarchie : « laissant les larbins dans la poussière », il est entré directement dans le camp sans s’arrêter au poste de contrôle et a demandé avec arrogance à parler au chef à l’intérieur du camp. Tout d’un coup, il avait accès à l’échelon le plus élevé et obtenait toutes les informations dont il avait besoin.

Etude de cas : Enquête clandestine sur la mafia

Gillian Caldwell (directrice exécutive de WITNESS, qui travaillait à l’époque pour Global Survival Network, devenu WildAid) et Steve Galster (de Global Survival Network) ont mené une enquête clandestine de deux ans sur la mafia russe, l’industrie du sexe et le trafic des femmes (voir aussi chapitre 1). Leur enquête les a menés à travers plusieurs continents : ils ont filmé à Moscou, à Vladivostok, en Allemagne, à Hong Kong, à Macao, en Suisse, au Japon et à Brighton Beach, un quartier de Brooklyn aux Etats-Unis. Ils avaient pour objectif de témoigner de tous les aspects de l’industrie du sexe, du recrutement à la négociation des contrats en passant par le transport et le placement des femmes.

Avant de se lancer dans leur enquête, ils ont monté une société fictive avec toute la panoplie des dossiers de presse, cartes de visite, boîte postale et numéros de téléphone et de fax sous le nom de « International Liaisons ». Sous couvert de cette société, ils prétendaient recruter des mannequins, des hôtesses et des artistes étrangers. Ce prétexte, couplé avec les bonnes introductions, leur a permis d’accéder à une filière internationale de trafiquants et de femmes prises dans l’industrie du sexe aux quatre coins du monde. Ils ont loué un appartement à Moscou et ont commencé leur mission.

« Les risques étaient substantiels », se souvient Gillian. Nous menions notre enquête au milieu des années 90, à un moment où la mafia avait des « barèmes de paiement » pour faire assassiner des gens n’importe où dans le monde. S’ils avaient été surpris avec leur caméra, quitter la Russie n’aurait pas suffi à garantir leur sécurité : les tentacules de la mafia sont longues. Pour mener leur enquête, ils devaient organiser des rencontres avec la mafia et engager des prostituées pour avoir la possibilité de leur parler de leurs expériences. Parce que la présence d’une femme aurait éveillé des soupçons pendant leurs réunions, c’est Steve qui dans une large mesure s’est chargé du travail de front.

Les réunions étaient enregistrées secrètement, notamment au moyen de caméras miniatures cachées dans une boutonnière ou une cravate et des micros fixés au corps de Steve. La plupart des appareils d’enregistrement et les batteries de longue durée étaient cousues sur une ceinture de lutteur. Les fils étaient dissimilés sous plusieurs couches de vêtements sombres.

Ils devaient souvent faire une reconnaissance préalable des endroits où ils allaient filmer (surtout les boîtes de nuit) pour repérer d’éventuels détecteurs de métaux avant d’entrer avec leur matériel d’enregistrement. Mais ce n’était pas le seul danger. « A un moment », raconte Gillian, « alors que Steve se trouvait dans une boîte de nuit parlant avec des femmes, une prostituée s’est glissée vers lui et a commencé à le caresser. Elle a senti l’appareil d’enregistrement sur sa ceinture. Il lui a dit que c’était un revolver. Heureusement, dans ce contexte, elle l’a cru et ne s’en est pas inquiétée outre mesure. »

L’équipement secret requérait beaucoup de maintenance sur le terrain. Steve devait fréquemment vérifier que les fils audio ne s’étaient pas détachés et se rendait souvent aux toilettes pour repasser les cassettes.

Steve et Gillian ont aussi fixé de nombreux rendez-vous dans leur appartement où ils avaient installé des caméras cachées. La tenue de réunions dans l’endroit où ils résidaient avait ses avantages et ses inconvénients. D’un côté, c’était un environnement qu’ils pouvaient contrôler (y compris au niveau de la lumière et du bruit), mais de l’autre, cela les rendait vulnérables, car ils n’avaient aucun lieu sûr où se replier.

Parallèlement, Gillian jouait le rôle officiel de la directrice des relations publiques de la société, mais devait souvent quitter l’appartement pendant les interviews délicates.

Son véritable rôle dans l’enquête était de s’assurer qu’ils recueillaient toutes les informations dont ils avaient besoin pour présenter leurs arguments. Elle revoyait toutes les cassettes et orientait Steve dans la bonne direction pour veiller à ce qu’ils aient le matériel nécessaire sur bande.

> C’était un partenariat et la situation commençait naturellement à peser sur Steve, émotionnellement et psychologiquement. Parce que j’avais un rôle en coulisses, je devais m’assurer que nous restions sur la bonne voie par rapport au matériel que nous recueillions. Il a commencé à sentir que je le critiquais. Nous avons vraiment dû trouver un équilibre pour nous soutenir mutuellement et faire en sorte que nous ne risquions pas nos vies pour rien.

Filmer au milieu d’une foule dangereuse

Filmer des manifestations peut comporter plusieurs dangers venant de la police/milice ou des manifestants eux-mêmes.

« Comparé aux dangers auxquels font face les gens que j’ai filmés et interviewés à plus d’une occasion, les risques que je cours sont minimes », dit Anand Patwardhan. Mais il est confronté à des dangers physiques « de temps à autre dans des situations d’émeutes. Ceux-ci peuvent être parfois minimisés en utilisant un téléobjectif et en restant relativement loin de l’action, mais il n’est pas toujours possible de filmer des séquences convenables de loin. »

Pendant qu’il filmait des affrontements entre des manifestants et la police, Paul O’Connor d’Undercurrents, un groupe de vidéoactivistes basé au Royaume-Uni, s’est vu menacer de « se faire tirer dessus, écraser par un bulldozer, attaquer par la police, l’armée, les gardes de sécurité et des gens violents, et asperger de gaz lacrymogène ».

Paul a atténué les risques en

> ayant un copain caméraman qui veillait sur moi. A Washington, pendant les manifestations contre le FMI, ça a été d’un apport précieux lorsque la police tirait des balles en caoutchouc et se servait de gaz lacrymogène contre les gens qui manifestaient pacifiquement. Avec un pote sur le qui-vive et la police qui nous tirait dessus, j’ai pu me concentrer sur le tournage des images. Avoir un masque à gaz est aussi utile, quoique des lunettes protectrices bien ajustées et un masque sur la bouche soient sans doute plus faciles à manier. Il est aussi indispensable d’avoir une bouteille d’eau pour se rincer les yeux.

Pour de plus amples informations sur le tournage dans des contextes de manifestations, des sites comme <www.videoactivism.org> fournit des conseils détaillés. Vous trouverez aussi des informations supplémentaires dans le chapitre 4.

Communication via téléphone et email

Restez en contact régulier avec quelqu'un chez vous ou au siège, qui sache quand et d'où vous appellerez la prochaine fois. Pensez à vous manifester une fois par jour.

Quand vous vous servez du courrier électronique, songez à encoder votre message ou à utiliser des services basés sur serveur, tels que Yahoo! et Hotmail. Utilisez-les des deux côtés de la ligne, pas seulement pour la personne sur le terrain. Evitez d'employer des noms ou des mots clés dans les messages, surtout dans les emails, car ils ont tendance à attirer l'attention et être repérés par les systèmes de surveillance du courrier électronique. Utilisez des mots de code plutôt que des noms et des lieux réels.

Frank Smyth déconseille d'utiliser les systèmes de cryptage, parce que les organes de surveillance gouvernementaux recherchent souvent des messages codés sur Internet et la plupart d'entre eux peuvent être décodés. Mais plusieurs grandes organisations de plaidoyer insistent sur le cryptage des messages. Vous trouverez auprès d'organisations comme Privaterra <www.privaterra.org> des informations et une formation sur le codage et la sécurité en matière d'information électronique.

Joey Lozano a mis en place plusieurs stratégies de communication :

> J'informe WITNESS si je suis dans une situation dangereuse afin qu'ils puissent immédiatement alerter l'opinion internationale, si quelque chose devait m'arriver ou arriver à la communauté où je me trouve. C'est une excellente chose que de maintenir ce genre de contacts internationaux. Au plan local, il est bon de se mettre en relation avec des personnalités tels que l'évêque ou le curé de paroisse si vous découvrez qu'elles sont solidaires de la lutte des peuples autochtones. Si ce n'est pas le cas, trouvez quelqu'un d'autre.

Restez en contact étroit avec votre équipe et suivez votre instinct. Simon Taylor a une « règle de pote » simple pendant une enquête clandestine : si lui ou son partenaire se sent inconfortable dans une situation, que ce sentiment soit fondé ou non, ils quittent les lieux.

APRES LE TOURNAGE

Vous avez filmé les images dont vous aviez besoin et n'êtes peut-être plus sur les lieux du tournage. Et maintenant ? La manière dont vous décidez d'utiliser les cassettes aura un impact direct sur votre sécurité et celle de vos sujets.

Dossiers en lieu sûr, cassettes en lieu sûr

Tout d'abord, une fois que vous êtes en sécurité, mettez en lieu sûr la transcription fidèle et les fiches de dérushage de votre matériel. Les cassettes sans documentation de référence ont tôt fait d'avoir une valeur limitée, car très peu de personnes se souviendront de ce qu'elles contiennent.

Il y a un certain nombre d'autres mesures simples que vous pouvez prendre :

- Conservez vos dossiers en lieu sûr et dans un autre endroit que vos cassettes pour protéger les identités des personnes qui vous avez filmées.
- Veillez à garder la trace de toutes vos copies et à les étiqueter avec des instructions claires au cas où elles seraient égarées.
- Détruisez les coupes brutes de votre vidéo sur lesquelles le processus d'obscurcissement des identités n'est pas achevé et veillez à ce que les scripts accessibles au public ne fassent aucune référence à ces identités.
- Conservez les détails concernant le moment et la manière dont le matériel peut être utilisé, par exemple, uniquement comme élément de preuve ou pour des projections privées.
- Evitez la chaleur et l'humidité et ne rembobinez pas les cassettes inutilement.
- Faites des copies supplémentaires de matériel important et conservez-les dans un endroit séparé, de préférence hors du pays et idéalement, dans un dépôt d'archives sûr et à température contrôlée.

Etude de cas : Un bon dérushage se traduit par des condamnations

Ondrej Cakl, un défenseur des droits humains dans la République Tchèque, suit depuis plus de dix ans la mouvance néo-nazie dans ce pays. Au moyen d'une caméra vidéo, il en a filmé les manifestations, les réunions et les différents mouvements. Il a vécu en cachette pendant la plupart de ce temps.



Figure 2.6 Vidéo tournée par le défenseur des droits humains, Ondrej Cakl, montrant un acte de harcèlement raciste dans la République Tchèque

Le matériel important qu'il filme ne devient parfois pertinent que des années plus tard. Par exemple, quand un membre d'une organisation néo-nazie est traduit en justice pour avoir commis un crime violent, le procureur doit prouver qu'il s'agit d'un crime motivé par la haine raciale. Grâce à ses fiches de dérushage, Ondrej Cakl peut retrouver des séquences filmées plusieurs années auparavant dans lesquelles la personne concernée participe à une rencontre néo-nazie. Ces images constituent une base solide pour prouver une affiliation avec un groupe raciste. Sans fiches fiables, il ne serait jamais en mesure de remettre la main sur ce genre de preuve visuelle.

Communication après le film

Maintenez des lignes de communication sûres (téléphone et email) après le tournage et observez les mêmes précautions que lorsque vous étiez sur le terrain. Bien que vous soyez désormais en lieu sûr, discutez avec vos partenaires et collaborateurs pour déterminer si et comment les communications pourraient mettre en danger les personnes qui restent sur place.

Décisions au moment du montage et sécurité

Le montage peut radicalement changer le sens et le contexte de votre matériel. Considérez comment la « culpabilité par association » peut mettre en péril certains de vos sujets. Assurez-vous que tous les individus qui contribuent à votre vidéo ne seront pas mis en danger s'ils sont associés à d'autres personnes dans la vidéo. Voir le chapitre 5 pour une analyse plus détaillée.

La question du consentement n'est pas seulement un aspect dont vous devez vous soucier au moment du tournage. Le consentement intervient à plusieurs niveaux, dont au moment du montage. Si possible, parlez-en à nouveau avec les personnes que vous avez filmées pour vous savoir si elles ont connaissance d'un changement dans la mission, le montage ou le contexte. Revoyez les vidéos avec des alliés de confiance dans la communauté ou avec des groupes locaux qui connaissent la situation et les risques et peuvent vous donner leur avis.

Qui est chargé du montage ? Si vous remettez votre matériel aux médias traditionnels, veillez à inclure des mises en garde qui vous protègeront, vous et vos sujets, et faites-leur signer un contrat valable en droit qui les contraint à respecter leur parole. Envisagez toutes les possibilités de sensationnalisme, de représentation totalement ou partiellement erronée des faits et l'incidence que cela aurait sur la communauté concernée.

L'impact de la diffusion ou distribution sur vous

La diffusion d'une enquête peut aussi avoir un énorme impact sur la personne qui se trouve derrière la caméra. Vous pouvez devenir la cible d'attaques ou de harcèlement.

Anand Patwardhan dit :

> Il y a le risque que vous soyez reconnu par vos ennemis, comme par exemple, un groupe d'extrémistes que vous avez infiltré. Vous pouvez atténuer ce danger en gardant un profil bas, d'entrée de jeu. Ne donnez pas d'interviews télévisées inutiles. Ne vous laissez pas prendre

> en photo trop souvent par les médias. Quand vous vous rendez dans des zones où le danger existe, faites-le en plein jour avec d'autres représentants des médias de sorte qu'il y ait des témoins qui pourront rapporter l'incident, s'il vous arrive quelque chose. Les principaux risques surviennent après que vous avez publié ou dévoilé votre matériel. Mes films sont parfois interdits par les autorités et il s'ensuit une longue bataille judiciaire. Mais une fois qu'ils sont autorisés, il arrive que certaines projections soient perturbées ou interrompues par des groupes d'extrême-droite et des fanatiques. Cela dit, pour toute histoire négative de ce type, il y a au moins cent projections qui se sont bien déroulées, qui ont été utiles. La morale de l'histoire est donc que cela en vaut bien la peine.

Le danger le plus évident pour Joey Lozano intervient s'il reste dans la communauté où il a filmé.

> Normalement, je retourne à la maison pour quelque temps – une ou deux semaines selon l'agitation que j'ai créée. Mais avant cela, des dispositions sont prises avec les membres de la communauté pour déterminer quoi faire si quelque chose leur arrive. Nous échangeons nos numéros de téléphone, leur donnons des instructions sur la façon de me joindre ou joindre d'autres personnes pour trouver refuge. Si je dois retourner immédiatement dans la communauté, je ne suis pas le chemin habituel d'entrée ou de sortie. Nous nous mettons d'accord avec eux sur de nouveaux chemins. Nous veillons à ce que seul un petit nombre de personnes sache quand j'arrive et je repars et faisons en sorte que je sois toujours accompagné quand je suis dans la région.

Pour les personnes qui vivent dans des situations de risque permanent, qui vivent dans ou près de la communauté où ils filment, la seule façon de garantir leur sécurité est parfois de quitter la région ou le pays pour de bon. Frank Smyth remarque que « [m]alheureusement, cela perpétue la fuite des cerveaux et peut créer de nouveaux problèmes dans un pays. »

Réactions au stress et aux traumatismes

De nombreux défenseurs de droits humains et journalistes ne tiennent pas compte de l'impact émotionnel que la couverture de violences et de violations peut avoir sur leur personne. Ils peuvent être directement traumatisés par les abus dont ils sont les témoins ; éprouver un traumatisme secondaire qui découle de leur travail avec des personnes qui ont subi des traumatismes ou des violences ; ou encore souffrir d'un contre-transfert quand ils sont exposés à un traumatisme qui fait remonter à la surface leurs propres souvenirs douloureux. Les conséquences les plus courantes en sont le stress, le traumatisme par procuration, l'épuisement et l'usure. Le traumatisme secondaire peut aussi découler d'une exposition répétée à des images traumatisantes à distance – par exemple, par un cinéaste ou un monteur travaillant sur du matériel violent ou dérangeant.

Les symptômes du traumatisme secondaire sont souvent subtils et se manifestent sous des formes diverses, telles qu'irritabilité, fatigue, dépression, cynisme, perte de concentration, hyperexcitation, troubles du sommeil ou cauchemars, perte ou prise de poids, détachement émotionnel, sentiments d'impuissance, de colère et d'insécurité et douleurs physiques. Parler avec ses pairs ou des professionnels de l'écoute peut aider et dans bien des cas, il existe des services pour les survivants de tortures ou d'abus auxquels peuvent s'adresser les activistes et les journalistes. Les autres façons de prévenir et traiter

les traumatismes secondaires consistent à prendre des périodes de repos adéquates et régulières (le remède numéro un pour éviter les traumatismes secondaires à long terme), à utiliser des techniques de relaxation, à faire de l'exercice régulièrement et à développer au sein de sa famille et parmi ses amis des relations de soutien.

L'assistance psychologique professionnelle, selon le Comité pour la protection des journalistes, est particulièrement importante dans les cas où les journalistes ont subi des tortures ou d'autre forme d'abus physiques ou psychologiques, comme par exemple s'ils ont été les témoins de la torture d'autres personnes.

Joey Lozano tire sa force de la conviction que son travail fait une différence :

> C'est une expérience très douloureuse pour moi de filmer des personnes en vie et de revenir quelques mois plus tard et de les voir dans un cercueil. Pour moi, c'est l'une des situations les plus éprouvantes. Mais cette même expérience peut être un véhicule très puissant pour montrer la situation à d'autres et susciter leur colère de sorte qu'ils commencent à s'intéresser aux problèmes qu'affrontent les peuples autochtones. Dans la pratique au quotidien, je sens que je fais partie de leur communauté, que je suis parmi eux et avec eux. Leur engagement à être avec moi me donne force et mon engagement à être avec eux, en retour, leur donne force.

Impact de la diffusion télévisée sur les personnes filmées

Comme le dit Eric Rosenthal, qui documente les atteintes aux droits humains dont sont victimes les personnes vivant dans des établissements psychiatriques à travers le monde pour l'organisation Mental Disability Rights International (MDRI) : « Les victimes d'atteintes aux droits humains sont en danger. Bien souvent, la personne qui les a maltraitées la première fois – une fois que vous avez rendu leurs images publiques – peut très bien recommencer. »

Il est arrivé qu'Eric n'ait pas utilisé certaines images par crainte de représailles contre ses sujets. Dans un cas précis, il n'avait pas suffisamment de preuves pour que les auteurs du crime soient mis hors d'état de nuire et n'a donc pas utilisé le matériel qu'il avait enregistré.

Quand Gillian Caldwell et Steve Galster ont monté leur film, *Bought & Sold*, ils ont décidé de masquer numériquement les visages des femmes et des membres du crime organisé. Ils l'ont fait pour assurer la sécurité des femmes et la leur. « Nous menions cette enquête pour documenter les méthodes du trafic », souligne Gillian. « Nous ne le faisions pas pour donner des informations précises aux forces de l'ordre. »

Au-delà de la sécurité, d'autres dangers peuvent sérieusement menacer les sujets longtemps après l'utilisation des images.

Eric Rosenthal observe : « Certains sujets craignent d'être socialement stigmatisés une fois que le public les a vus dans des situations compromettantes ou déshumanisées, comme être nus ou enfermés dans un établissement psychiatrique. » Par exemple, les femmes au Kosovo qui avaient été placées dans un hôpital psychiatrique risquaient d'être désavouées par leur famille, simplement en raison de la honte qu'elles leur auraient causée.

Il souligne aussi que son organisation, Mental Disability Rights International, a été critiquée pour avoir montré des images dégradantes de personnes souffrant de handicaps. Ces critiques reposent sur la crainte que cela ne servira qu'à créer un autre danger, celui de perpétuer les stéréotypes. L'utilisation d'images sensationnelles ou explicites engendre

le même type de risque : vous pouvez susciter une réaction de lassitude et d'impuissance chez le spectateur ou le besoin de choquer peut entraîner des conséquences néfastes pour la personne filmée. Vous devez évaluer si ce type d'images est utile ou préjudiciable et peser le pour et le contre. Vous devez aussi consulter le survivant ou la victime pour discuter avec lui des dommages potentiels.

Mais Eric Rosenthal dit aussi qu'il vous faut voir *qui* critique :

> La plupart des personnes qui sont enfermées dans des établissements psychiatriques veulent que leurs photos soient utilisées. Ce sont plus souvent les responsables médicaux qui s'opposent à ce que nous montrions ces photos et leurs arguments de protection de la « vie privée » ne sont en général rien d'autre qu'une tentative de dissimiler les abus qui sont commis dans leur établissement.

Quand Binta Mansaray s'est associée à Lilibet Foster pour réaliser *Operation Fine Girl* (« Opération jeune fille honorable »), un documentaire sur l'emploi du viol comme une arme pendant la guerre civile au Sierra Leone, elle voulait prendre une position ferme. Elle ne voulait pas masquer les visages des femmes et des jeunes filles qu'elle interviewait, parce qu'elle voulait faire passer le message que ces femmes n'avaient rien fait de mal, qu'elles n'avaient pas de quoi avoir honte.

Il n'y a pas toujours de décision clairement bonne ou mauvaise, mais vos choix envoient toujours un message qui a une incidence concrète sur la vie et la réputation des personnes que vous filmez.

Etude de cas : Une photo unique, un dommage irréversible

Médecins sans frontières (MSF) prodigue des soins médicaux à des populations en danger. A un moment donné, le département de la communication de MSF a organisé la visite d'un journaliste occidental dans une zone de conflit intense entre deux groupes ethniques. Le journaliste, bien qu'expérimenté, n'a pas été débriefé avant de quitter la région. Quelques jours plus tard, un excellent article a paru dans le journal de son pays de l'autre côté de la planète. Malheureusement, la photo qui accompagnait son reportage montrait MSF remettant des colis à un seul des groupes ethniques.

Une copie de l'article et de la photo a rapidement fait son chemin vers la région et en l'espace d'une semaine, la mission se faisait harceler et menacer par l'autre groupe ethnique, qui l'accusait de ne pas être « impartiale ». Malgré tous ses efforts pour prouver (à l'aide des registres officiels de la mission) qu'il distribuait du matériel aux deux côtés, MSF a dû retirer l'ensemble de son opération. Une photo dans un journal de l'autre côté de la terre avait porté un coup fatal à sa réputation.

Risques permanents et impacts à long terme

Frank Smyth souligne le fait que « la grande majorité des journalistes tués au cours de la dernière décennie n'ont pas été pris entre deux feux pendant la guerre, mais ont été pourchassés et abattus, souvent en représailles directes pour leurs reportages. » Les défenseurs des droits humains et de la justice sociale font face en permanence au danger

et pas uniquement lorsqu'ils sont sur le terrain en train de filmer. Les personnes les plus à risque sont celles qui vivent et travaillent au sein des communautés sur lesquelles elles enquêtent. Mais la plupart des journalistes, des « non-professionnels » et des défenseurs des droits humains locaux - surtout ceux qui vivent dans des régions reculées – n'ont pas ou peu accès à une formation et un soutien institutionnel.

> La corruption est l'assassin numéro un [dit Frank]. Et la réalité, c'est que les journalistes locaux qui incriminent isolément des forces politiques et économiques courent d'énormes risques. Dans quatre-vingt-quatorze pour cent des cas de journalistes assassinés, les auteurs s'en tirent toujours impunément. Ce dont nous avons besoin, en fin de compte, c'est d'un pouvoir judiciaire civil qui fonctionne.

Les effets d'un tournage peuvent durer des années, voire des décennies. Soyez conscient des risques potentiels et soyez prêt à devoir les affronter.

Etude de cas : Quand les gens risquent leur vie pour faire éclater la vérité

Dans l'est du Congo, en 1999, les employés locaux de Christian Blind Mission (CBM) ont commencé à alerter leur siège d'un désastre potentiel en devenir. Ils ont appelé David McAllister, qui travaillait alors pour CBM à Nairobi, et lui ont raconté ce qu'ils voyaient : malnutrition sévère, destruction de villages et de récoltes et afflux dans la région de centaines de personnes déplacées en provenance de villages voisins. Les employés locaux de CBM qui voulaient garder l'anonymat ont reconnu à juste titre ces conditions comme les signes avant-coureurs d'une guerre imminente dans la région. C'était le début de la guerre au Congo qui a coûté plus de trois millions de vies à ce jour.

A l'époque, dit McAllister, « nous avions beaucoup de difficultés à attirer l'attention de la presse internationale ». Les employés locaux de CBM ont alors saisi des caméras vidéos amateurs (caméras qu'ils utilisaient pour produire des vidéos à l'intention de leurs donateurs) et ont commencé à filmer les images atroces du massacre – les premières images de la guerre du Congo à sortir du pays :

> Nous avons pu filmer ces images sur vidéo – une vidéo horrifique – et une fois que les médias ont vu ces images terribles de femmes et d'enfants se faisant éventrer à coups de machette, cela les a galvanisés.

David McAllister a convoqué une conférence de presse pour montrer cette vidéo et tous les grands acteurs des médias sont venus : CNN, la BBC, Deutsche Welle et bien d'autres. Bientôt les images étaient diffusées sur toutes les télévisions du monde. McAllister ajoute :

> Je savais que Nelson Mandela [qui était alors le président de l'Afrique du Sud] avait été contacté et qu'il avait ensuite appelé Kofi Annan [Secrétaire général des Nations Unies]. C'est remonté aux échelons les plus élevés, je le sais. Ces vidéos sont remontées tout en haut – ça a donc eu un impact.

Entre temps, au Congo, les vidéastes amateurs couraient de plus en plus de dangers :

Il est devenu très dangereux pour nos collègues locaux de continuer à travailler au sein des communautés locales, trop dangereux. Après un moment, ils ont dit : « Je dois partir, je ne peux pas supporter ce danger plus longtemps ». Les vidéos ne montreront pas cela, mais il faut se rappeler que les gens qui ont tourné ces images sont issus de la communauté et sont connus comme étant ceux qui ont filmé et ont tiré la sonnette d'alarme.

A ce jour, bien des années plus tard, nous continuons à prendre en charge les personnes qui ont mis leur vie en danger en filmant ces images. Nous avons fait venir à Nairobi le vidéaste qui avait tourné les séquences originales, avec sa femme et ses enfants, il y a quelques années. Malheureusement, il a perdu vingt membres de sa famille élargie, l'année dernière [pendant la guerre] et donc, quand nous avons appris que sa mère et ses sœurs se trouvaient dans une maison à Bunia qui était encerclée par les membres de l'autre groupe ethnique, nous avons envoyé un avion pour les chercher.

Utiliser la pression internationale

Si après avoir exposé une atteinte aux droits humains, vous ou vos sujets êtes confrontés à des risques qui perdurent, Frank Smyth indique que le recours à la pression internationale peut s'avérer très utile. La politique de la honte et de l'embarras a encore du poids. « S'il s'agit d'un pays qui a une raison de répondre à la pression internationale (à cause de l'aide externe ou des investissements étrangers qu'il reçoit), il y a de fortes chances que vous arriviez à faire quelque chose. » L'attention des médias et les organisations telles que les groupes de plaidoyer en faveur des droits humains et les groupes de pression peuvent aussi aider.

LES DIX CONSEILS EN CLES MATIERE DE SECURITE ET SURETE

Comment font-ils ? Nous avons demandé à cinq cinéastes et activistes chevronnés de nous faire part de leurs conseils sur la base de leurs expériences professionnelle et personnelle.

JOEY R.B. LOZANO *utilise ses caméras vidéo personnelles pour faire valoir les droits fonciers des groupes autochtones et pour enquêter sur la corruption et la détérioration de l'environnement. Il écrit aussi des articles d'investigation pour le* Philippine Daily Enquirer. *Les enquêtes de Joey ont commencé en 1986, quand il a aidé l'émission d'investigation américaine*, ABC 20/20, *à révéler au grand jour le « canular de Tasaday », une fraude très bien montée faisant passer des membres d'une tribu locale aux Philippines pour un peuple récemment découvert sorti tout droit de l'âge de la pierre. Il s'est bientôt lancé en solo, enquêtant sur les activités illicites d'exploitation forestière, d'extraction de l'or et de confiscation des terres. Ses révélations ont tôt fait de lui la cible de multiples tentatives d'assassinat et d'enlèvement dans un pays qui est l'un des plus dangereux au monde pour les défenseurs des droits humains et les médias. Depuis 1986, plus de 40 journalistes philippins ont été assassinés dans l'exercice de leurs fonctions. Joey et Renee Lozano, qui est aussi animatrice communautaire, vivent dans la province de South Cotobato avec leurs cinq enfants.*

Les dix conseils clés de Joey R.B. Lozano en matière de sécurité

1. Vous n'êtes pas Superman, en mission pour libérer un peuple. Reconnaissez que vous êtes mortel et que vous avez vos propres limitations. Si vous faites cela, l'art d'être en sécurité devient une partie normale de la préparation quand vous partez en mission dangereuse.
2. Nouez des contacts de confiance aux niveaux local, national et international. Dites-leur où vous allez et quand vous pensez revenir. Laissez-leur les coordonnées des personnes à contacter en cas de besoin.
3. Obtenez l'approbation des membres de votre famille ou d'associés de confiance pour le travail que vous faites. Cela vous donnera plus de courage d'aller de l'avant et vous aurez une épaule sur laquelle pleurer dans les moments d'échec ou quand survient un accident.
4. Ayez toujours sur vous diverses cartes d'identité (carte de presse, numéro de sécurité sociale, etc.) que vous pouvez vous permettre de perdre, mais qui sont néanmoins utiles pour vous identifier. N'emportez jamais d'identification susceptible d'accroître le danger pour vous.
5. Développez une attitude positive. Cela vous aidera à vous défaire de vos peurs et vous serez plus facilement accepté par les autres.
6. Soyez sensible à la culture des autres, notamment dans les communautés autochtones. Devenez un des leurs, car c'est le meilleur garant qu'ils vous protègeront.
7. Quand vous vous trouvez dans des communautés économiquement déprimées, évitez de devenir un fardeau supplémentaire (par exemple en leur demandant une nourriture meilleure ou un logement plus confortable) ou vous risquez de vous faire dénoncer par votre communauté d'accueil.
8. Emportez des multivitamines, une trousse de secours et des médicaments pour faire face à toute éventualité.
9. Assurez-vous, bien évidemment, que vous avez tout l'matériel et les accessoires nécessaires avant de vous rendre dans une région et définissez les moyens de les protéger.
10. Agissez normalement quand vous filmez, ne soyez pas voyant au point d'attirer l'attention et soyez capable de vous fondre facilement parmi les gens qui vous entourent.

Facultatif : croyez en la providence divine ! *Deux ex machina*… si vous croyez en un être plus puissant que l'être humain.

TIA LESSIN *produit et réalise des documentaires sur les questions sociales pour la télévision et le cinéma. Elle a travaillé avec Michael Moore sur trois de ses films : en tant que superviseur de la production de* Fahrenheit 9/11*, qui a remporté la Palme d'Or au Festival de Cannes, et* Bowling for Columbine*, le documentaire primé aux Oscars, et en tant que productrice adjointe sur* The Big One.

Tia a remporté le Prix Sidney Hillman pour Behind the Labels: Garment Workers on US Saipan *(« Derrière les étiquettes : les ouvriers du vêtement sur l'île américaine de Saipan »), une collaboration avec WITNESS sur la servitude forcée dans l'industrie du vêtement sur ce territoire américain du Pacifique. Elle a été deux fois nommée aux Emmy*

Awards, qui récompensent les meilleures productions et performances à la télévision, pour son travail dans la série télévisée satirique The Awful Truth*. Tia était aussi réalisatrice de reportages pour la série de la chaîne de télévision publique PBS* Surviving the Bottom Line *(« Survivre à la logique économique ») et productrice adjointe du documentaire nominé aux Oscars,* Shadows of Hate *(« Les ombres de la haine »), qui est distribué gratuitement dans les lycées à travers les Etats-Unis dans le cadre du cours d'enseignement sur la tolérance par le Southern Law Center. Elle a réalisé des segments pour la National Public Radio, NOW with Bill Moyers et la National Geographic Television, et a produit deux vidéos musicales.*

Alors qu'elle tournait, elle a été arrêtée par la police de l'Etat du New Jersey, par les agents des services secrets irakiens, les services de sécurité privés de Disneyland et par des agents de sécurité d'entreprise à travers les Etats-Unis.

Les dix conseils clés de Tia Lessin en matière de sécurité

1. Prenez votre propre sécurité et celle de votre équipe au sérieux. Obtenez les vaccinations nécessaires pour la région et souscrivez une assurance médicale de voyage ; emportez une copie de votre passeport, visa, cartes d'identité, antécédents médicaux et coordonnées de vos contacts d'urgence et celles de vos partenaires de voyage et de votre équipe ; mettez votre ceinture de sécurité dans la voiture ; ne buvez que de l'eau en bouteille quand vous voyagez dans des zones rurales.
2. Soyez discret. Ne dites rien au téléphone qui compromettrait votre mission ou vos sources. Sachez que les conversations dans un lieu public peuvent être entendues et agissez en conséquence. A moins que ce ne soit utile de vous faire identifier comme journaliste ou cinéaste, gardez un profil bas avec votre matériel ; utilisez des valises ordinaires au lieu de serviettes professionnelles. Sachez que les personnes avec qui vous parlez (et que vous employez, tels que chauffeurs, gardes, équipe et fixeurs) peuvent être interrogées sur vos activités.
3. Protégez vos sources confidentielles. Conservez vos cassettes et les transcriptions de vos cassettes dans des endroits séparés : ne permettez pas à vos sources de dire leur nom sur la cassette, s'ils veulent que leur identité soit cachée ; rédigez vos notes dans un code, s'il le faut ; soyez prêt à exposer à la lumière une pellicule tournée, si besoin ; garez votre véhicule loin du domicile de votre source.
4. Protégez vos cassettes filmées. Si possible, ayez-les sur vous en tout temps ; ne les laissez pas dans la voiture, dans une chambre d'hôtel ou même dans une maison privée ; prenez-les avec vous dans l'avion, le bus ou le train au lieu de les enregistrer ; organisez-vous pour les confier à un « coursier » qui peut les mettre en lieu sûr ; sachez que la chaleur ou l'humidité excessive peut les endommager.
5. Soyez conscients des risques. En règle générale, vous avez le droit de filmer dans les lieux publics, mais sachez où ceux-ci s'arrêtent et où commence la propriété privée ; si vous devez filmer une station de police, l'extérieur d'une prison, un bâtiment gouvernemental, une usine (même si vous vous trouvez sur la voie publique), attendez la fin du tournage pour le faire ; ne prenez pas vos cassettes avec vous quand vous filmez dans des situations risquées.

6. Préparez-vous à être interrogé. Répétez votre « histoire » avec votre équipe et les interprètes en prévision d'un interrogatoire, si vous êtes interpellé par la police, l'armée ou toute autre force de « sécurité ». Quand vous êtes confronté, éjectez discrètement votre cassette et remplacez-la par une cassette vierge ou une cassette fictive et notez les numéros de matricule et les noms des officiers qui vous ont appréhendé. Ayez toujours sur vous les coordonnées d'un avocat de défense des droits humains qui vous aidera à vous défendre en cas d'urgence. Soyez courtois, mais ferme avec les autorités locales.
7. Tenez-vous au courant des conditions locales où vous tournez. Renseignez-vous sur les prévisions météo et emportez des cartes de la région/plans de ville. Emportez la liste des hôpitaux locaux, des ambassades/consulats étrangers, ainsi que celle d'autres journalistes et ONG dans la région.
8. Donnez-vous les moyens de rendre votre présence et votre mission légitimes. Portez sur vous votre carte de presse, obtenez une lettre de présentation/d'assignation de mission d'un organisme de presse ou d'un groupe de défense des droits humains, comme WITNESS.
9. Restez en contact avec quelqu'un chez vous, qui sache où vous êtes et qui dispose d'une copie complète de vos documents de voyage, coordonnées et itinéraires. Fixez une heure pour les rendez-vous par email et par téléphone avec la « base ».
10. Ne vous déplacez jamais seul, si possible.

ANAND PATWARDHAN *réalise des documentaires politiques depuis près de trente ans sur des sujets divers et controversés qui sont au cœur de la vie sociale et politique en Inde. Plus récemment, il a produit le film qui a fait beaucoup de bruit* War and Peace *(« Guerre et Paix ») sur le mouvement en faveur de la paix et contre le nucléaire en Inde et au Pakistan. Ses autres films comprennent* A Time to Rise in Delhi *(« Il est l'heure de s'insurger à La Nouvelle-Delhi »),* In the Name of God *(« Au nom de Dieu ») et* Father, Son and Holy War *(« Père, fils et guerre sainte ») et il a remporté plus d'une vingtaine de prix internationaux. La plupart de ses films ont été, à un moment ou un autre, interdits à la télévision publique en Inde : il a fait appel de ces décisions de censure, qui ont été renversées par les tribunaux.*

Anand Partwardhan est un activiste depuis ses années d'étudiant quand il a participé au mouvement contre la guerre du Vietnam ; il a été un volontaire dans l'United Farm Workers' Union, le syndicat des ouvriers agricoles fondé par César Chávez ; il a travaillé à Kishore Bharati, un projet de développement et d'éducation rural dans le centre de l'Inde ; et il a participé au mouvement anti-corruption de Bihar en 1974-75, ainsi qu'au mouvement en faveur des libertés civiles et des droits démocratiques pendant et après l'instauration de l'état d'urgence en 1975-77. Depuis lors, il a été actif dans les mouvements pour les droits des pauvres au logement, l'harmonie communautaire et l'environnement et a participé aux mouvements contre le barrage de Narmada, contre le développement inéquitable et non durable et contre les essais nucléaires en Asie du sud.

Les conseils clés d'Anand Patwardhan en matière de sécurité

1. Soyez léger et mobile.

2. Ayez une équipe de secours qui peut vous tirer d'affaire, quand vous êtes en difficulté.
3. Disposez d'un soutien national et international.
4. Ayez un matériel numérique de bonne qualité et un bon micro.
5. Apprenez à filmer et à enregistrer avec compétence (ça ne sert à rien de se mettre en danger pour créer un programme qui est de trop mauvaise qualité pour être vu).
6. Donnez des copies de votre matériel le plus important à des amis en lieu sûr.
7. Soyez complètement anonyme ou très célèbre : rien entre les deux.
8. Si vous choisissez la seconde approche, veillez à ce que cela ne change pas votre motivation initiale.
9. Consacrez quarante pour cent de votre temps à la réalisation de votre projet et soixante pour cent à la projection. Si vous ne montrez pas votre film, il n'y aura pas grand monde pour le faire à votre place.

MINGA *(Asociación para la Promoción Social Alternativa) est une organisation colombienne de défense des droits humains et fait partie du réseau des partenaires de WITNESS. MINGA, qui signifie « projet de travail collectif » dans une langue autochtone de Colombie, a été créée en 1992 et a pour mission de représenter les prisonniers politiques et les familles des victimes de violence. MINGA œuvre pour la protection et la promotion des droits humains fondamentaux autour de quatre axes : conseil et représentation juridique, enquête, éducation de la communauté et relations avec les médias. Son travail est centré sur trois provinces rurales de Colombie : Ocaña, Catatumbo et le sud de Cesar. La Colombie est un pays dangereux pour les défenseurs des droits humains et MINGA filme souvent dans des zones fortement militarisées (forces gouvernementales, guérillas, paramilitaires), où ses membres sont confrontés par les forces armées qui demandent à voir le matériel qu'ils ont filmé.*

Les conseils clés de MINGA en matière de sécurité

1. Ayez des caméras discrètes qui n'attirent pas l'attention sur vous.
2. Soyez en contact permanent avec les leaders de la région où vous vous rendez.
3. Suivez les recommandations de sécurité de ces leaders.
4. Ayez de la chance et du cran.
5. Si l'organisation pour laquelle vous travaillez a des problèmes de sécurité dans la région où vous vous rendez, il est bon d'avoir la couverture/la sécurité d'une autre organisation pour que vous puissiez vous faire passer pour l'un des siens.
6. Connaissez le terrain/le paysage avant de vous lancer avec votre équipe/matériel.
7. Dissimulez autant que possible votre matériel dans vos bagages.
8. Ayez un appareil de communication mobile (satellite, téléphone portable, radio).
9. Croyez toujours en la possibilité d'un monde meilleur.

GILLIAN CALDWELL *est la directrice exécutive de WITNESS. Elle est une réalisatrice et une avocate qui a travaillé dans le domaine des droits humains internationaux, des droits civils et du droit de la famille. Gillian était auparavant co-directrice de Global Survival Network où elle a coordonné deux ans d'une enquête clandestine sur le trafic des femmes destinées à la prostitution forcée en provenance de*

Russie et des nouveaux Etats indépendants. Elle a aussi produit et réalisé Bought & Sold *(« Vendues et achetées »), un documentaire tiré de cette enquête. Gillian a travaillé en Afrique du Sud pendant qu'elle enquêtait en 1991 et 1992 sur les escadrons de la mort et l'implication des forces de sécurité dans la violence dans les townships. Elle a aussi travaillé dans plusieurs villes américaines sur des sujets ayant trait à la pauvreté et la violence.*

Dix points à garder à l'esprit quand vous tournez une vidéo clandestinement (et sans ordre particulier)

1. Sachez clairement quelles sont les informations que vous recherchez avant d'entreprendre une opération clandestine.
2. Connaissez parfaitement votre couverture et ayez des documents bien conçus pour la prouver, si besoin est (téléphone, fax, cartes de visite, brochures).
3. Reconnaissez les lieux d'une réunion à l'avance pour repérer la présence de détecteurs de métaux.
4. Veillez à ce que des alliés clés sachent où vous êtes et quand afin qu'ils puissent intervenir, si vous ne revenez pas au moment prévu.
5. Si vous avez besoin d'un interprète, faites preuve de prudence et choisissez quelqu'un en qui vous avez toute confiance.
6. Décidez à l'avance si ce sera un avantage ou un inconvénient d'admettre que vous parlez une langue particulière (dans notre cas, cela aurait compromis notre enquête).
7. Gardez toutes vos batteries chargées et vérifiez périodiquement pendant la réunion que les fils soient toujours connectés et que le son continue d'être enregistré.
8. Veillez à vous nourrir sainement et à vous reposer afin que votre jugement ne soit pas altéré.
9. Choisissez avec soin le sexe, la race et la nationalité de votre/vos enquêteur(s) en fonction de la situation.
10. Si possible, prévoyez un endroit sûr où vous pouvez retourner après ou pendant les négociations.

Kat Cizek remercie :

Ronit Avni	Robbie Barnett	Dhurba Basnet
Gillian Burnett	Gillian Caldwell	Arturo Carillo
Tina Carr	Ondrej Cakl	Sean Dixon
Joanna Duschesne	Steven Galster	Marc Glassman
Martyn Gregory	Sam Gregory	Shabnam Hashmi
Sandrine Isambert	Mandy Jacobson	Tommi Laulajainen
Tia Lessin	Joey Lozano	David McAllister
Liz Miller	Paul O'Connor	Anand Patwardhan
Erica Pomerance	Eric Rosenthal	Paul Shore
Atossa Soltani	Theeba Soundararajan	Frank Smyth
Simon Taylor	Amadou Thior	

NOTE

1. Roy Thomas, "The Critical Link 3: Interpreters in the Community", in L. Brunette, G. Bastin, I. Hemlin, and H. Clarke, eds, *Follow-on Protection of Interpreters in Areas of Conflict: Selected Papers from the Third International Conference on Interpreting in Legal, Health and Social Service Settings, Montreal*, *Quebec*, *Canada*, *22-26 May 2001* (Amsterdam: John Benjamins Publishing Co., 2003), pp. 307-17.

3

La narration au service du plaidoyer : conceptualisation et préproduction

Katerina Cizek

Dans ce chapitre, nous abordons la question de savoir comment développer votre outil le plus puissant : l'histoire. Nous y examinons comment asseoir votre vidéo de plaidoyer sur des fondements solides avant que la première image ne soit filmée, voire avant même que vous ne touchiez à une caméra.

Nous étudions d'abord l'« histoire » en elle-même et comment la raconter dans un contexte de plaidoyer et passons en revue les différents modèles de narration qui vont d'Hollywood au Grand Nord. Nous mettons aussi l'accent sur l'importance que revêtent les personnages, le point de vue et le genre, puis examinons la nécessité de définir clairement votre public cible.

Une fois ces principes posés, nous passons à la phase de planification, à savoir la préproduction, laquelle vise à définir les différentes étapes qui transformeront votre idée d'histoire en une vidéo concrète : les recherches qu'il vous faudra effectuer (repérages), la formulation du canevas du film et la préparation du budget, des feuilles de service et de la liste des plans.

NARRATION ET GENRE

Qu'est-ce qu'une histoire ?

La réalisation d'un film est l'art de tisser la trame d'une bonne histoire. Une bonne histoire captive notre imagination et nous emmène dans un voyage à la découverte d'émotions, d'endroits, de faits et de réalités. Elle nous force à ne pas rester indifférents. Elle nous ouvre de nouveaux horizons et remet en question notre façon d'appréhender le monde. Elle confère à un film sa structure et son sens. Trouver la bonne histoire est un élément essentiel du processus de réalisation d'un film.

Peter Wintonick, un cinéaste canadien, qui travaille actuellement sur un film relatif à la narration, dit :

> Je suis convaincu que nous sommes programmés génétiquement, programmés psychologiquement dès l'enfance, quand on nous chante une berceuse ou on nous lit une histoire avant de nous endormir, pour rechercher la complétude. Nous avons besoin de relier des histoires à des personnalités, à des êtres humains. Surtout au moment du montage, les émotions et la logique remontent à la surface pour entrer dans la construction de l'histoire. Le même matériel peut être monté de mille façons différentes. Il existe de très nombreux concepts de l'histoire : en Islande, il y a une tradition ancienne d'histoires orales qui durent quatre jours. Au Kirghizstan, il y a des sagas épiques. Dans le monde occidental, les histoires

> ont généralement un début, un milieu et une fin. Il y a des milliers de narrateurs de différentes sortes autour du monde.

« Dans n'importe quelle histoire, vous voulez créer une intensité dramatique qui soit susceptible d'émouvoir le spectateur », dit Amy Bank qui produit un feuilleton de plaidoyer pour la télévision nicaraguayenne, *Sexto Sentido* (« Sixième sens »).

> Les conflits font une bonne histoire, les gens surmontant des problèmes font une bonne histoire, de même que le héros qui surmonte des obstacles et en sort vainqueur. Ce n'est pas que toutes les histoires doivent avoir une fin heureuse, mais le public veut voir une transformation chez le protagoniste.

Elle ajoute que le fait de révéler des « problèmes » peut conférer une dimension supplémentaire à votre histoire :

> Dans nos activités de plaidoyer, nous nous demandons souvent dans quelle mesure il nous faut représenter le monde en rose. Devons-nous montrer des situations embrouillées et compliquées, des situations qui ne sont pas propres en ordre et si oui, dans quelle mesure ? Nous savons pourtant que la narration a besoin d'incertitude, car ce sont les doutes qu'on surmonte.

Qu'est-ce que la narration dans le cadre du plaidoyer ?

En quoi diffère la narration quand vous l'utilisez pour faire campagne en vue d'amener un changement particulier sur les plans social, juridique, culturel, politique ou économique ? La différence clé, c'est que dans le plaidoyer, la narration est au service de votre objectif de changement et de votre message plutôt que de l'histoire ou des idées du réalisateur.

La narration de plaidoyer consiste à communiquer efficacement ce message au public et l'inciter à agir. La perception que vous avez des gens qui composent votre public – et l'action que vous attendez de leur part – définira *la façon* dont vous leur communiquerez ce message. Selon Peter Wintonick, la réalisation de films à des seules fins de divertissement tend à engendrer une réponse passive - *le divertissement pour le divertissement*. Mais quand vous utilisez la vidéo pour le plaidoyer, il note :

> Vous voulez amener votre public à agir. Voilà la différence entre les médias de plaidoyer et les médias de divertissement. Le divertissement est une expérience passive. Tout est exposé systématiquement par le réalisateur. Un bon film de plaidoyer, en revanche, remet les choses entre les mains du public.

Afin que vos spectateurs sentent que le changement est possible, vous devez laisser un « espace pour l'action ». Dans quelle mesure incluez-vous votre public dans l'histoire et son dénouement ? Après avoir vu votre film, se sentira-t-il détaché, éloigné et sans espoir ou au contraire, engagé, plein d'espoir, fort et inspiré ou indigné ? Il va de soi que vous devez prendre en considération la fin de votre vidéo. Votre histoire est-elle menée à son terme et résolue ou y a-t-il une possibilité qu'elle – et la réalité qu'elle dépeint – évoluent ? Les vidéos de plaidoyer se terminent souvent par une demande faite directement aux spectateurs par un personnage ou un sujet de la vidéo ou par l'analyse

par un individu du pourquoi d'une situation et des actions possibles pour y remédier. Il arrive aussi qu'elles indiquent d'autres sources d'informations sur la question et les ressources disponibles pour l'organisation de projections hors ligne ou une diffusion sur Internet. Votre demande devra toujours être concrète et spécifique et il vous faudra proposer une solution au statu quo – ne vous contentez d'exprimer uniquement un grief.

Les réalisateurs de films de plaidoyer établissent souvent un partenariat étroit avec les personnes qu'ils filment pendant tout le cycle de vie de la vidéo. Cette approche va bien au-delà (voire même à l'encontre) de la plupart des formes conventionnelles de réalisation d'un film, car dans la plupart des documentaires, les sujets n'ont pas ou peu leur mot à dire concernant le processus. Ils abandonnent leurs droits en signant le formulaire d'autorisation traditionnel.

La narration de plaidoyer n'a aucune contrainte de temps intrinsèque. C'est à vous de décider de la longueur de votre vidéo en fonction de votre public. Votre communauté aura peut-être soif d'informations sur un sujet et sera disposé à regarder quatre vidéos différentes de deux heures chacune, riches en témoignages bruts, non montés, montrés dans leur intégralité. Ailleurs, une vidéo percutante de 30 secondes suffira à mobiliser votre public (songez au fait que la plupart des publicités à la télévision ne durent que 30 secondes !). En réalité, la majorité des projets de WITNESS ont une durée de 6 à 15 minutes. La longueur doit être fonction du public et du lieu de projection. Rappelez-vous l'adage : en général, *moins, c'est mieux.*

L'un des risques particuliers dont les réalisateurs de films de plaidoyer doivent avoir conscience est la tendance à vouloir faire des documentaires plus longs et plus compliqués que nécessaire pour leur public cible dans l'espoir d'une diffusion télévisée. Soyez réaliste à propos de vos chances de voir vos images à la télévision et choisissez la longueur qui sera adaptée à vos autres publics. Si vous décidez de réaliser une vidéo plus longue pour la télévision, songez à en produire une version plus courte pour vos spectateurs dans le monde du plaidoyer.

Enfin, si raconter une histoire à une fin de plaidoyer est une entreprise sérieuse, il n'en reste pas moins qu'il est tout à fait acceptable de jouer sur une large gamme d'émotions. Vous pouvez vous permettre d'être drôle. Indépendamment du caractère tragique ou difficile du sujet que vous traitez, l'humour peut contribuer à faire entrer en douceur les sujets, les réalisateurs et le public dans l'histoire. L'humour est souvent l'expression de la capacité de résistance, de la faculté de se jouer de situations difficiles. L'humour permet aussi d'atténuer la souffrance.

Début, milieu et fin

Dans la tradition narrative occidentale en Amérique du Nord et en Europe occidentale – et particulièrement à Hollywood – la manière conventionnelle de structurer l'histoire d'un film est en trois actes. Cette approche est devenue une formule convenue et contraignante, mais il vaut la peine d'en brièvement décrire les principes généraux. Consommés avec modération et avec un grain de sel, ils peuvent servir à tracer les grandes lignes d'une histoire. Ils fournissent un aperçu de ce qu'attend un public amateur des films d'Hollywood.

Selon cette formule, le premier acte plante le décor de l'histoire et lance l'action. Nous apprenons « qui, quoi, où, comment et pourquoi ». Dans les manuels de rédaction

de scénarios hollywoodiens, cet acte compte pour 25% de la durée totale du film. A la fin de cet acte, le héros (le personnage principal) se lance dans une quête.

Le deuxième acte est la pièce de résistance de l'histoire. C'est ici que prend place le voyage émotionnel ou physique du héros. Celui-ci affronte une série d'obstacles qu'il doit surmonter pour atteindre son but ultime. Selon la formule consacrée, cet acte couvre 50% de la durée du film. A la fin de cet acte, l'histoire atteint son point culminant qui est le conflit final et le plus important.

Le troisième acte est la conclusion. Ici, l'histoire trouve son dénouement. La trame de l'histoire et ses conflits sont résolus. Souvent à Hollywood, c'est le « happy ending », la fin heureuse, comme la traditionnelle scène de mariage. Cet acte prend les 25% restants du film.

Mais Howard Weinberg, un producteur et réviseur de scénarios de documentaires rappelle qu'il n'y a pas de règles établies concernant l'élaboration d'une histoire :

> Les monteurs expérimentés changeront d'approche tout au long de leur carrière. Le seul principe général serait, en gros, une certaine forme de début, milieu et fin. Il faut surprendre le spectateur ! Partir de ce qu'il sait pour aller vers ce qu'il ne sait pas.

Que vous soyez un convaincu de la formule en trois actes ou non, la structure et la courbe fondamentales d'une histoire comprendront sans doute un début, un milieu et une fin :

- Début : plantez le décor de votre histoire (qui ? quoi ? où ?) et éveillez la curiosité du spectateur. Dans un film d'analyse ou de plaidoyer, vous établissez les bases de votre argument ou posez une question.
- Milieu : racontez la partie essentielle de l'histoire et passez en revue les arguments ou les preuves. Interpellez vos spectateurs avec une raison qui les amène à s'intéresser à votre cause et à agir.
- Fin : concluez ou remettez les choses entre les mains de votre public.

Fernanda Rossi, une consultante en scénarios connue comme la « Doc Doctor » signale que la structure d'une histoire peut être analysée sous un autre angle, celui de son articulation autour d'un conflit ou non.

Dans le premier cas, deux forces antagonistes créent une situation dramatique et font progresser l'action le long d'une courbe qui va crescendo. Le conflit ne sera pas forcément un conflit physique à l'écran. Il peut s'agir d'un conflit d'intérêts, de personnalités ou d'idées. Ces films sont aussi souvent articulés autour d'un personnage. Le modèle axé sur un conflit ne dépend pas, pour son efficacité, de l'intérêt de votre public pour votre sujet/thème particulier, parce qu'il suscite une curiosité naturelle. Ces films débutent avec la présentation du conflit entre deux forces ou motivations antagonistes que le spectateur peut observer et qui va s'intensifiant tout au long du film. Parallèlement, il doit y avoir des conflits et des tensions de moindre envergure qui ensemble contribuent à accroître le sentiment d'urgence. Dans un film sur les droits humains, ces conflits peuvent être les facettes de la relation au quotidien entre une personne opprimée et son oppresseur – par exemple, la lutte de l'homme ordinaire pour nourrir sa famille, éduquer ses enfants, se procurer un logement adéquat, etc. Etablir un ordre est essentiel pour atteindre le point culminant et le dénouement.

Ce genre de courbe dramatique est souvent plus facile à créer lorsque le film est axé sur un événement.

Le modèle non conflictuel ou narratif repose, pour sa part, sur un enchaînement logique de cause à effet ou sur une série d'événements ou de segments individuels qui ont trait aux différents thèmes de votre film. Ici, vous dépendez beaucoup plus de l'intérêt que votre public porte à votre sujet et de la chronologie que vous suivez.

Respecter la narration traditionnelle/autochtone

Il existe différentes traditions culturelles de la narration. La structure en trois actes et même le concept de début/milieu/fin ne sont pas forcément la meilleure ou l'unique manière de raconter une histoire efficacement.

La façon dont elle est racontée – ou même la personne qui la raconte – peut avoir des conséquences politiques et culturelles tant au sein de la communauté qu'à l'extérieur.

Toute communauté a des factions et des dynamiques de pouvoirs et de privilèges en son sein. Ronit Avni, la directrice du projet Just Vision, qui travaille avec des activistes pour la paix palestiniens et israéliens, note que « le fait de privilégier certaines voix peut avoir des conséquences sérieuses pour l'ensemble du groupe. Cela peut saper les fondements de la communauté ou en donner une fausse image ».

Sam Gregory de WITNESS ajoute :

> Le langage visuel et structurel des médias autochtones fait l'objet d'un certain nombre de débats. Nous ne disons pas à nos partenaires comment structurer leur vidéo - et nous travaillons avec un large éventail de groupes allant des organisations de défense des droits humains aux mouvements sociaux communautaires. Mais nous conseillons à nos partenaires de tenir compte de leur public pendant le tournage et au montage et de réfléchir à ce qui sera le plus à même d'emporter son adhésion. Nombre des vidéos des partenaires de WITNESS visent un public international si bien que le fait de rester fidèle à un style narratif ou visuel autochtone revêt d'ordinaire une moindre importance pour nous et nos partenaires. Mais c'est une décision qui se fonde sur la nature du public pour autant que les décisions concernant le style de narration n'aient pas un impact dommageable sur la communauté.

Il est important de respecter la façon dont une communauté ou un réalisateur décide de raconter son histoire. Gabriela Zamorano, qui travaille avec des réalisatrices autochtones au Mexique, a vu un jour une réalisatrice invectiver une collègue qu'elle accusait de ne pas faire de « films indigènes ». Gabriela demande : « Qu'est-ce qu'une perspective indigène ? Le fait que cette femme ait choisi un mode plus conventionnel pour raconter son histoire ne la rend pas moins indigène pour autant. »

Une histoire peut être locale et universelle. L'un des films de fiction canadiens les plus populaires ces derniers temps, intitulé *Atanarjuat : La légende de l'homme rapide*, est le premier film entièrement inuit (un groupe de peuples autochtones en Amérique du Nord) – créé, produit et monté par une équipe composée presque entièrement d'Inuits, avec le dialogue du film en inuktitut. L'histoire se fonde sur une légende inuit, mais l'histoire est universelle. Le film a reçu plusieurs prix et a été diffusé dans le monde entier : il a su parler aux spectateurs au-delà des cultures et des langues.

Le rôle des personnages

La vidéo peut donner vie à l'humain dans les « droits humains ». Ce sont des personnes vraies qui toucheront les gens qui verront votre film – indépendamment du fait qu'ils soient d'accord avec votre analyse ou non. Ces « personnages » (le terme est souvent employé dans les films documentaires) donneront à vos spectateurs quelqu'un à qui ils peuvent s'identifier. « Le message de votre vidéo vient de vos personnages avec qui l'on aspire à travailler en solidarité », dit Peter Wintonick. Liz Miller, une réalisatrice politique et une enseignante, croit aussi que :

> Les histoires articulées autour d'un personnage sont les plus efficaces. Les spectateurs veulent savoir ce qui va leur arriver. Ils veulent voir une transformation. Vous pouvez éprouver de la compassion et de l'empathie pour les personnages qui vivent un processus de changement dans un film.

Dans un documentaire, nous faisons souvent la connaissance de personnages dans le cadre d'interviews. Liz Miller précise que pendant le montage (et le tournage), il peut être bon de :

> Chercher à capter des images qui ne soient pas trop distancées, qui ne soient pas seulement de « têtes parlantes » ou de personnages qui parlent. Recherchez les moments où les personnages ne sont pas uniquement en train de *se décrire*, mais où ils *sont* eux-mêmes. Comment interagissent-ils avec les autres ? Que disent-ils par opposition à que montrent-ils ?

Sam Gregory observe qu'une grande partie du travail de WITNESS repose sur des témoignages où vous faites la connaissance de gens qui racontent les abus dont ils ont été victimes :

> D'un point de vue cinématographique, cela peut sembler problématique, car nos partenaires tournent en général de bons témoignages, mais ne filment pas ou ne peuvent pas filmer le contexte - par exemple, des images de « la vie de quelqu'un au sein de sa communauté » ou la communauté ravagée qu'il a fuie. Cela dit, un témoignage sans intermédiaire où les gens ont la possibilité de raconter leur histoire les yeux dans les yeux à la caméra - souvent pour la première fois - peut avoir un effet très puissant. Ces gens ne sont pas uniquement des « têtes parlantes ». Leurs interviews sont des témoignages où ils parlent à quelqu'un et il y a un véritable dessein dans cette communication. Tous leurs efforts sont concentrés sur le fait de communiquer ce qui leur est arrivé et la façon dont ils le gèrent. C'est *l'intensité de ce dessein* qui peut être très émouvante et très forte.

Même lorsque nous ne sommes pas en mesure de suivre la vie de ces individus - par exemple, si ce sont des personnes déplacées en Birmanie qui traversent dans la jungle – l'intensité de ce moment où ils parlent au spectateur compense notre incapacité à les suivre le long de la courbe traditionnelle de développement d'un personnage.

Amy Bank note que les personnages qu'elles créent pour leur feuilleton télévisé au Nicaragua jouent un rôle très important dans la vie des téléspectateurs :

> La télévision crée une relation sociale. A travers elle, les gens s'identifient émotionnellement et intellectuellement aux personnages. Par exemple, les chiffres ne sont pas (encore) élevés pour le VIH/SIDA au Nicaragua, mais il y a un fort préjugé contre les personnes qui en sont atteintes. L'un des personnages de notre feuilleton sera peut-être la première personne que les spectateurs rencontreront à admettre sa séropositivité. Si le public est touché par ce personnage et en vient à s'y attacher, cela influera peut-être sur leur façon de penser et d'agir, le jour où ils seront confrontés au VIH/SIDA dans leur vie de tous les jours.

Don Edkins, qui suit l'épidémie du VIH/SIDA en Afrique du Sud, pays dont le taux d'infection est l'un des plus élevés au monde, souligne la *force des relations* dans la narration. A titre d'illustration, il mentionne un film sur le VIH/SIDA qui porte un regard sur la relation entre *personnes* plutôt que sur les « faits et les chiffres ».

> C'est l'histoire d'une femme de 50 ans qui est devenue séropositive à la suite d'une transfusion sanguine. Elle se rend dans différentes communautés pour faire entendre sa voix et parler en public de son statut, chaque fois que l'occasion s'en présente : à la radio, dans les écoles... Voilà un formidable personnage, mais est-ce que ça en fait une bonne histoire ? C'est une excellente histoire, une fois que vous vous apercevez qu'elle a une relation très difficile avec sa fille qui a honte d'elle. La mère est ouverte et franche, ce qui plonge la fille dans le plus profond embarras. Ce genre de relations peut être compris de tous. Nous avons là le contexte dramatique. Nous avons aussi de l'humour. Nous avons une histoire que le public peut comprendre et à laquelle il peut s'intéresser.

Etude de cas : Interviews par opposition à sujets/personnages

Fernanda Rossi a été sollicitée pour donner forme à un film intitulé *A Day's Work, A Day's Pay* (« Le travail d'un jour, le salaire d'un jour ») <www.newday.com> sur les bénéficiaires d'aide sociale à New York qui deviennent des leaders de la lutte en faveur de la justice économique. Les réalisateurs avaient plus de 170 heures d'images, de nombreuses trames possibles et trop de personnages. Fernanda a visionné un assemblage de trois heures et a pu les guider dans leur réflexion sur la façon de procéder.

« Elle nous a aidés à voir que nous avions la courbe dramatique de trois personnages. Les autres histoires et individus n'avaient leur place qu'en relation avec les histoires de ces personnes. S'ils n'avaient aucun lien, on les supprimait », dit Kathy Leichter, l'une des réalisatrices du film. Pour ce film, certains individus pouvaient servir de contexte ou d'idée, leurs propos permettant de faire avancer l'histoire, tandis que les exemples de la vie des personnages principaux conféraient au récit sa dimension humaine. Maintenant, avec ces trois protagonistes portant l'élan émotionnel de l'histoire, les spectateurs pouvaient suivre la trame, même s'il y avait d'autres personnes dans le film. Ces histoires fortes ont permis aux spectateurs de ressentir un lien profond avec les individus à l'écran et les ont incités à agir en faveur de la réforme de l'aide sociale.

Exercice 3.1 : Du papier à l'écran

Cet exercice vous amènera à réfléchir aux éléments et aux personnages clés d'une histoire et à envisager comment ils se traduiraient si vous racontiez l'histoire par le biais de la vidéo. Cet exercice est plus efficace en petit groupe. Commencez par choisir un article de journal ou un éditorial récent qui porte sur le thème central de votre travail de plaidoyer.

1. Surlignez les phrases clés qui expliquent l'histoire. Quels en sont les éléments clés ? Vous trouverez bien souvent dans un article de journal que le titre et les trois premiers paragraphes donnent une synthèse de l'histoire, puis la première phrase de chaque paragraphe qui suit, ainsi que le dernier paragraphe étoffent et résument l'article. Si vous utilisez un éditorial, vous verrez aussi ici le point de vue, l'argument et la conclusion des auteurs.
2. Parcourez l'article et surlignez les noms des personnes mentionnées – ce sont vos « personnages » potentiels. Dans l'exercice 3.2, nous verrons comment choisir les personnages principaux, si vous avez plusieurs personnes impliquées dans le sujet que vous traitez.
3. Parcourez l'article et surlignez avec une couleur différente les images clés qui sont décrites – il peut s'agir d'activités, d'endroits ou d'objets inanimés.
4. Réfléchissez aux points qu'il vous faudra résoudre pour transposer cette histoire du papier à l'écran. Faites un brainstorming en groupe. Il serait utile d'avoir un modérateur de la discussion et de choisir certaines des questions ci-dessous :
    a. Où se déroule l'histoire ? Est-ce un endroit où vous pouvez filmer ou devez-vous trouver un autre moyen de montrer/raconter l'histoire sans vous rendre sur place ?
    b. Qui sont les gens dans l'article ? Est-ce que ce sont des gens que vous pouvez filmer ?
    c. Comment pouvez-vous filmer les images que vous avez identifiées ? Si elles sont inaccessibles, quels sont vos autres choix ?
    d. Quelle est la part de l'histoire qui se déroule aujourd'hui ? Dans le passé ? Quelle incidence est-ce que cela aura sur la façon dont vous raconterez l'histoire ?
    e. Que pourriez-vous exprimer par écrit qui serait difficile à montrer dans un film ? Et vice-versa ?
    f. L'histoire a-t-elle un début, un milieu et une fin ? Est-ce qu'il y a un dénouement ou la fin est-elle ouverte ?
    g. Dans un éditorial, quel est l'argument de l'éditeur ? Que demande-t-il ou revendique-t-il ? Comment pouvez-vous l'exprimer sur vidéo ?
    h. Comment raconteriez-vous cette histoire, si elle s'était produite il y a 25 ans ?
    i. Comment raconteriez-vous cette histoire, si vous n'aviez pas d'argent ? Si vous ne pouviez interviewer qui que ce soit ?
5. Si vous le souhaitez, choisissez un interviewé possible dans votre histoire et rédigez une série de questions à lui poser. Simulez l'interview avec un collègue.

Point de vue, voix et forme de la narration : qui raconte l'histoire et comment ?

Le point de vue décrit la perspective sous laquelle une histoire est racontée. Par exemple, est-elle dite sous la perspective du personnage principal ou d'un journaliste objectif ou sous celle de la sœur d'un leader de l'opposition assassiné ?

Le point de vue ne se rapporte pas seulement à la voix que nous entendons, il concerne aussi la façon dont le film est cadré dans son ensemble. A travers les yeux de qui comprenons-nous les événements ? Visuellement, de quel point de vue voyons-nous l'action se dérouler ? La caméra est-elle avec les soldats du gouvernement alors qu'ils encerclent un village ou se trouve-t-elle à l'intérieur de la maison de quelqu'un qui voit l'attaque par l'entrebâillement de la porte ?

Dans le travail de plaidoyer, vous devez songer à votre public et votre histoire. Quel sera le point de vue le plus approprié et le plus significatif pour lui ? Qu'est-ce qui aura le plus d'impact dans un contexte de plaidoyer ?

- Qui fournira le fil conducteur de l'histoire ? Qui orientera le spectateur et lui expliquera ce qui se passe ? Ou quoi ?
- Dans quelle mesure la présence et la direction créative des réalisateurs et des activistes seront-elles identifiées explicitement dans la vidéo ?
- Dans quelle mesure les gens dans votre film participent-ils à sa construction, pendant le tournage et au montage ?

Une décision clé sur le point de vue concerne l'emploi de la narration (voix off) ou non. Si oui, qui sera le narrateur et quel sera le ton de la narration ? « Les gens sous-estiment l'influence que peut avoir le choix du narrateur sur la façon dont les gens réagissent consciemment et subconsciemment à un film », dit Sam Gregory.

Si vous décidez d'utiliser un narrateur, qui choisirez-vous ? Un sujet du film, le réalisateur, quelqu'un avec une bonne voix ou peut-être une personnalité célèbre ? Un homme ou une femme ? Jeune ou vieux ? Quelqu'un avec l'accent de la région ou quelqu'un avec l'accent standard, « officiel » ? Parle-t-il comme un professionnel ou comme « l'homme de la rue » ? Est-ce la cinéaste elle-même qui parle ? Le ton est-il cynique ou optimiste et enthousiaste ? Tous ces facteurs auront une incidence sur la réaction du public à votre film.

Sandrine Isambert, ancienne monteuse à WITNESS, ajoute une considération d'ordre pratique :

> Vous pouvez décidez avant de commencer le tournage si vous voulez une voix off ou non. Si vous optez pour la négative, vous devez vous assurer que les interviews contiendront toutes les informations nécessaires pour couvrir les thèmes dont vous voulez parler. Si ce n'est pas le cas, vous devez utiliser la voix off, parce qu'il vous faut quelqu'un pour guider le spectateur à travers l'histoire. Certains thèmes peuvent être très compliqués et même si vous excellez dans la rédaction d'histoires, vous aurez quand même besoin de quelqu'un qui vous guide. Il vous faut parfois une voix off pour donner l'information que vous n'avez pas pu filmer.

Un autre choix se pose entre la narration et les cartons-titres (texte à l'écran), choix qui pour de nombreux cinéastes, relève d'une question d'esthétisme. Mais dans le travail

de WITNESS, le carton-titre est souvent préféré au narrateur, dont la personne ou la relation avec les informations filmées risquent de distraire le public. Les cartons-titres sont également perçus de façon plus neutre et plus factuelle qu'un narrateur dont l'appartenance ethnique, l'âge, le sexe et d'autres traits caractéristiques peuvent être déconstruits et analysés.

Dans ce chapitre, nous nous attachons à étudier trois formes fondamentales de film : le film narratif, le film articulé autour d'interviews et le film d'observation-vérité. Dans bien des cas, votre film sera un hybride de ces trois.

Film narratif

Cette forme utilise un narrateur et/ou des cartons-titres. Une narration hors-champ ou des cartons-titres expliquent ce qui se passe, la crédibilité du narrateur étant tenue pour acquise. La façon dont vous choisirez cette personne (âge, langue ou accent, sexe, personnalité célèbre, relation avec le thème, etc.) influera sur l'impact que le film aura sur vos spectateurs. Dans le style de narration classique, dite « voix de Dieu », une tierce personne sera le narrateur, hors écran, qui nous guidera à travers le film en nous expliquant ce que nous voyons. La narration peut aussi être plus personnelle et subjective, racontée par la voix de quelqu'un dans le film.

Les films narratifs sont les plus faciles à réaliser. Vous écrivez un scénario, tournez, puis enregistrez la voix off. Les modifications et les ajustements sont aussi plus faciles à effectuer – changez simplement la narration en studio. Si vous n'avez pas le matériel ou les images dont vous avez besoin, il vous suffit d'ajouter une narration explicative.

Vous trouverez un exemple de film essentiellement narratif sur <www.witness.org> où vous pourrez visionner *Road to Pineapple* (« La route vers les ananas »). Cette vidéo est racontée principalement par le biais de la narration du réalisateur, Joey Lozano, qui décrit l'impact de la construction d'une route financée par une agence de développement américaine, laquelle passe à travers des villages et des terres autochtones et musulmanes dans le sud des Philippines. Cette route a été construite pour favoriser la monoculture de l'ananas pour l'exportation et a plongé les communautés locales dans une économie de cultures marchandes, aussi dévastatrice que non viable.

Film articulé autour d'interviews

Ce genre est porté par un ou plusieurs personnages qui sont interviewés dans le film. Il est parfois appelé film de « têtes parlantes », surtout lorsque les interviews sont conduites dans le style traditionnel des questions et réponses.

Les films articulés autour d'interviews peuvent prendre plus de temps à réaliser que les films narratifs, car il vous faudra plus de temps pour tourner (les interviews peuvent durer des heures). Dérusher, transcrire et ensuite, assembler la logique sur la base des propos de vos interviewés est aussi un long processus. Il est, par ailleurs, plus difficile de faire des modifications, car vous devrez trouver une solution dans le matériel même de l'interview au lieu de simplement récrire la narration.

Un bon exemple de film essentiellement articulé autour d'interviews que vous trouverez sur le site web de WITNESS est *Books not Bars* (« Des livres, pas des

barreaux ») qui utilise des interviews avec des jeunes et des activistes, des animateurs communautaires et des universitaires pour raconter l'histoire d'un complexe industriel pénitentiaire florissant aux Etats-Unis et les profits que dégagent les entreprises de l'incarcération des jeunes des minorités.

Un autre exemple de ce genre est *A contre-courant de l'Histoire* où le récit de l'impact du minage systématique de la Casamance dans le sud du Sénégal est raconté par les voix de victimes de mines antipersonnel, d'activistes et de membres du gouvernement et de l'opposition.

Film d'observation-vérité

Ce genre vise à filmer « la vie telle qu'elle se déroule », notamment des situations ou des événements qui se produisent dans un lieu, dans le cadre d'un processus ou un contexte particulier. C'est le genre le plus difficile et le plus long à réaliser. Le mode observationnel indique que nous devons laisser les gens et leurs actions parler d'eux-mêmes. L'action ou la narration se déroulera devant la caméra. Le réalisateur ne doit pas intervenir ou interrompre le processus naturel du tournage, l'hypothèse sous-jacente étant que les gens se comporteront normalement si la caméra et l'équipe sont comme la fameuse « mouche sur le mur » qu'on ne remarque pas, mais qui observe et filme tout ce qui se produit devant la caméra.

La lenteur du processus tient aussi aux changements imprévisibles qui interviennent dans la vie (surtout devant une caméra). Faire en sorte que les sujets se sentent à l'aise devant une caméra d'observation prend du temps et exige l'instauration d'un climat de confiance (sans oublier la prise en compte des questions de sécurité et de sûreté). Une fois que vous commencez à tourner, vous ne saurez pas combien de temps votre histoire va durer ni dans quelle direction elle va évoluer. Cela peut prendre des semaines, des mois, voire des années. Certains réalisateurs procèdent même au montage parallèlement au tournage en raison de la durée du projet. Les films du réalisateur Frederick Wiseman sont connus pour leur capacité à transporter le spectateur dans différents cadres – prisons, établissements psychiatriques et écoles – pour lui montrer comment ils fonctionnent : si vous prévoyez d'utiliser un style d'observation-vérité, ses films sont une bonne référence pour vous y préparer.

Les images d'observation-vérité peuvent avoir un impact émotionnel très fort, parce que ce sont elles qui transportent le spectateur le plus directement dans des situations de la « vie réelle ». Les exemples de films d'observation-vérité sur le site de WITNESS comprennent :

- *La présentation d'une vidéo par MDRI devant la Commission interaméricaine des droits de l'homme* qui montre des images directes ou vérité des conditions de vie inhumaines dans lesquelles vivent les patients de l'Hôpital Neuropsychiatrique du Paraguay, entrecoupées de cartons-titres sur lesquels apparaissent les articles pertinents de droit international des droits de l'homme. Les séquences filmées montrent l'histoire par le biais d'images à la fois choquantes et émouvantes : patients enfermés dans des cellules aux murs couverts d'excréments, nus, sans accès aux toilettes et errant au milieu d'égouts ouverts et de verre brisé.

- *Rise*, une coproduction avec l'Association révolutionnaire des femmes d'Afghanistan (RAWA) qui documente la vie sous les Talibans en Afghanistan. Certaines parties de la vidéo ont été filmées clandestinement avec des caméras cachées sous le voile des femmes. Les séquences montrent la brutalité de la tyrannie exercée dans les rues de Kaboul par les Talibans, l'action des escadrons de la moralité et des exécutions publiques.



Figure 3.1 Images tournées en Afghanistan par RAWA (RAWA/WITNESS)

Comme indiqué précédemment, de nombreux films utilisent une combinaison des trois méthodes énumérées ci-dessus. Par exemple, *Rise* mêle des séquences vérité, des interviews et une voix off pour la narration, ainsi qu'un emploi novateur de texte à l'écran.

Exercice 3.2 : Sélectionner les personnes à inclure dans la vidéo

Ici, vous analysez une situation pour déterminer quelles personnes seront inclues dans votre vidéo. Nous vous recommandons de faire cet exercice avec un collègue ou un ami. Nous vous donnons ci-dessous un exemple de situation à analyser, mais vous pouvez aussi utiliser le récit de l'exercice 3.1 ou quelque chose tiré de votre propre campagne de plaidoyer.

> Il est tôt le soir dans la ville et un homme, Carlos, rentre à la maison après le travail avec deux amis proches. Carlos est marié et père de deux enfants et il travaille dans une usine locale. Une fourgonnette de police s'arrête, trois officiers en descendent et poussent Carlos à l'intérieur, disant qu'ils l'arrêtent pour complicité dans un cambriolage. Selon eux, Jean, l'ancien camarade de classe de Carlos, leur a dit qu'il avait commis un cambriolage avec Carlos la nuit dernière. Carlos sait que ce n'est pas vrai, puisqu'il était à une fête de famille. A la station de police, les officiers mettent une pression accrue sur Carlos et finissent par le torturer jusqu'à ce qu'il avoue sa participation et dise que ses deux amis, Jeanne et Khan,

étaient également de la partie. Ils le laissent dans une cellule et le lendemain matin, ils déclarent qu'il a été retrouvé mort à la suite d'une crise cardiaque.

Depuis quinze ans, le pays de Carlos est gouverné par un parti unique. Ce parti a remporté une série d'élections théoriquement démocratiques, mais institutionnellement défectueuses. La torture par la police est une pratique courante et est quasiment acceptée comme faisant partie intégrante de la procédure d'enquête. Depuis les dix dernières années, une organisation de défense des droits humains, dotée d'une petite équipe et de nombreux volontaires venant de tous les secteurs de la société, fait campagne pour dénoncer la torture dans ce pays et obliger la police et les tribunaux à être plus efficaces et à répondre de leurs actes.

Cette organisation intente une action contre la police dans le cadre de ses efforts pour dénoncer la torture dans la société et pour obtenir des indemnités pour la veuve de Carlos, Stéphanie. Elle tente aussi de lancer un débat dans les médias.

Discutez avec un collègue ou un ami des différentes personnes qui sont parties prenantes ou qui ont une perspective sur la situation. Considérez les angles suivants :

- « Auteurs du crime et parties prenantes » : quelles sont les causes du problème ou du conflit et qui est responsable de cette situation ?
- « Experts » : qui sont les experts ? Sont-ils des experts en raison de l'étendue de leurs connaissances ou de leur position dans la société ou parce qu'ils ont vécu une expérience personnelle directe ? Rappelez-vous que les experts ne doivent pas forcément être des universitaires ; ils peuvent avoir vécu une expérience qui en fait des experts.
- « Protagonistes/agents du changement » : qui sont les protagonistes ? Qui tente de changer la situation ?
- « Victimes/survivants » : qui est touché par cette situation ? Qui a vécu cette situation et y a survécu ?

Si vous regardez ces différentes catégories de gens, qui sera un porte-parole ou un personnage efficace auprès du public cible que vous avez identifié ?

Essayez de remplir un formulaire-type comme celui illustré dans le tableau 3.1. Envisagez de vous inclure, vous et votre voix, comme un personnage possible.

Tableau 3.1 Sélection des personnes à inclure dans la vidéo

Personnages possibles	*Perspectives*	Commentaires sur leur potentiel en tant qu'interviewé
« Stéphanie »	Epouse de la victime de tortures, très investie personnellement dans le cas particulier	*Toujours accablée d'une grande douleur ; capable de partager sa propre expérience et sa perte avec le public*
« Jean »	Ami de Carlos, torturé dans la même station de police	*Se sent coupable d'avoir incriminé Carlos*
« Joe »	A survécu à la torture, très critique de l'absence d'action de la part du gouvernement	*S'exprime bien, un peu distant*

« Anita »	A travaillé pour le gouvernement ; est membre aujourd'hui d'une grande coalition d'ONG contre la torture	*S'en tient à la ligne du parti*
« Rita »	*A travaillé dans les prisons sous le régime actuel, quand la torture était pratiquée ; accusée d'être impliquée*	*Difficile de la faire parler, mais peut donner une perspective de l'intérieur. Comment la mettre suffisamment à l'aise pour qu'elle parle ?*

Maintenant, regardez les trois premières personnes et votre premier choix : pouvez-vous raconter une histoire avec trois de ces personnages seulement et si oui, manqueraient-ils des éléments à votre récit ? Que remarquez-vous à propos des personnes que vous avez choisies pour raconter votre histoire ?

Regardez votre premier choix. Le récit pourrait-t-il être raconté sous la perspective de cette personne ? Pourrait-elle être le principal personnage ?

Genre

Le style ou le genre façonne également la narration de votre histoire. Vous trouverez ci-dessous une liste de genres communs.

- *Point de vue personnel* : Un essai ou une perspective personnelle sur un thème, souvent par une personne directement concernée, le réalisateur ou l'activiste. Parfois, le réalisateur apparaît à la caméra ou celle-ci suit un personnage par les yeux duquel nous comprenons l'histoire. Parfois, le point de vue n'apparaîtra que par le biais de la narration. Il est aussi exprimé visuellement par l'intermédiaire du travail de la caméra. A travers les yeux de qui voyez-vous les événements se dérouler ? Dans un film « réflexif » la présence et la participation du réalisateur sont montrées de façon manifeste – il ou elle n'est pas un technicien neutre.
- *Informations journalistiques* : Ce genre suit les règles du journalisme conventionnel pour représenter l'information de façon factuelle. Il privilégie les notions d'objectivité, d'équilibre – la présentation « des deux côtés de l'histoire » – et de neutralité. L'histoire est souvent racontée par une tierce personne - le journaliste – qui a obtenu l'information auprès de sources différentes et a interviewé toutes les parties concernées. Les faits, les opinions et les informations proviennent de sources directes et sont présentés point par point dans un style dépouillé. Les formats vont du court reportage et bulletin d'information (qui peut être aussi bref que 20 secondes) au documentaire d'enquête plus long qui dénoue les fils d'un « mystère » ou d'un conflit en passant par le reportage d'actualités (trois à quinze minutes).
- *Film axé sur un voyage ou un personnage principal* : Ce genre consiste généralement en un personnage principal qui fait une série de rencontres. Filmer le processus du voyage est aussi important que l'atteinte de la destination finale.

Ce genre de film sera plutôt un film d'observation, même si le voyage du protagoniste peut être reconstruit par le biais d'interviews, de narration et d'effets visuels créatifs.

- *Film axé sur un lieu* : Ici, nous sommes dans un lieu précis et nous n'en bougeons pas. C'est le lieu qui est la caractéristique ou la voix principale du film.
- *Film d'enquête* : Un film d'enquête examine un thème et avance une thèse. Plusieurs exemples, interviews, experts et situations sont présentés pour soutenir et/ou contredire les arguments proposés. A titre d'illustration, *The Corporation* (« L'entreprise »), un documentaire canadien de trois heures sur la montée en puissance de l'une des institutions les influentes de notre époque (l'entreprise) utilise des interviews avec plus de 40 personnes, des études de cas, des images d'archives et d'animation, ainsi qu'une voix narrative pour construire une thèse sur la nature de l'entreprise sur la base d'une enquête menée dans le monde entier.
- *Vidéo musicale* : La vidéo est montée et même fondée sur la musique ou une bande son qui lui confère sa structure et sa durée. Ce genre reflète généralement les techniques de montage développées par MTV. Les vidéastes collaborent avec des musiciens pour écrire les paroles et la musique avant de commencer le tournage. Un pionnier de l'utilisation du format de la vidéo musicale pour la vidéo de plaidoyer est l'organisation Breakthrough TV (<www.breakthrough.tv>).
- *Annonce d'intérêt public* : Il s'agit de petites vidéos incisives qui vont droit au but et qui « font la publicité » de votre sujet de plaidoyer. WITNESS a créé, en collaboration avec la Coalition pour la Cour pénale internationale, un spot publicitaire de plaidoyer en faveur de l'instauration de la cour en se servant d'images du XXe siècle génocidaire. A l'aide de cartons-titres, d'une musique dramatique et d'images percutantes, ils ont présenté un argument de poids pour raviver l'engagement des Etats à créer une Cour pénale internationale efficace et dotée des moyens de mener à bien sa mission.

Ce n'est là qu'une petite liste d'options qui peuvent vous aider à trouver la « voix » et le genre de votre film. Nombre de réalisateurs utilisent une ou plusieurs de ces techniques.

Exercice 3.3 : Qui racontera l'histoire ?

Cet exercice vous aide à réfléchir à la façon de couvrir le thème de votre vidéo de plaidoyer par le biais de différentes formes de film. La meilleure solution sera sans doute de faire un brainstorming des différentes options en petit groupe.

Choisissez un sous-thème de votre projet de plaidoyer. Par exemple, si vous documentez les abus de la police et proposez des solutions pour y remédier, vous pourriez vous concentrer ici sur la pratique des arrestations. Considérez maintenant comment vous feriez une vidéo articulée principalement autour de la narration, d'interviews et d'observation-vérité sur ce thème particulier. Référez-vous aux points forts et aux points faibles analysés ci-dessus (pp. 74-76).

Que chercheriez-vous à capturer sous un angle observationnel ? Quels seraient les avantages d'un film narratif ou d'un film articulé autour d'interviews ? Quels sont les

thèmes plus vastes que vous pouvez traiter par la voix off, avec des graphiques et du texte à l'écran ou par le biais d'interviews plus formelles ? Quels sont les avantages du style d'observation-vérité pour comprendre la situation et capter les discussions spontanées ? Quelles images devrez-vous filmer si vous ne pouvez utiliser la voix off ou la narration ? Ou des interviews ? Considérez les avantages et inconvénients de ces différents styles en fonction des buts de votre plaidoyer. Pour cet exercice, tentez de n'utiliser qu'une seule forme, mais n'oubliez pas que dans votre vidéo, vous combinerez sans doute des éléments des trois.

Vous pouvez aussi utiliser la situation décrite dans l'exercice 3.2. Comment représenteriez-vous cette campagne pour la justice en utilisant ces trois approches différentes ?

Exercice 3.4 : Réécrire la narration

Cet exercice qu'il est préférable de faire en groupe vous aidera à voir comment le choix du narrateur et du style de narration influera sur la réaction de votre public à votre film.

Commencez par choisir une vidéo qui se rapporte à un sujet que vous et vos collègues connaissez bien (comme le sujet de votre travail de plaidoyer). Il est préférable que ce soit une vidéo que vous n'avez jamais vue auparavant. Prenez quelque chose qui soit court et destiné à un large public.

Ensuite, chaque participant à l'exercice choisit un point de vue narratif parmi les suivants :

- Voix de quelqu'un dans le film
- « Voix de Dieu », narration par un tiers
- Leur propre point de vue
- Une personnalité célèbre

Maintenant, regardez la vidéo sans son. Chaque participant rédige brièvement la narration ou la voix off qu'il ou elle pense sera nécessaire pour expliquer l'histoire du film, la longueur de la narration étant laissée à sa libre appréciation. Chacun présente ensuite sa version et les participants comparent leurs notes.

Pour corser un peu cet exercice, vous pouvez aussi varier le public à qui cette vidéo est destinée, mais il sera sans doute préférable de le faire lors du deuxième visionnage de la vidéo, une fois que les participants auront eu un aperçu de sa structure. Demandez aux participants quels changements ils apporteraient à leur narration, si la vidéo était destinée à un public de :

- Responsables gouvernementaux qui ont un pouvoir de décision sur le thème en question
- Représentants des mécanismes internationaux des droits de l'homme
- Groupes communautaires œuvrant sur le thème
- Groupes de solidarité internationaux
- Public général qui visionne la vidéo en ligne ou aux informations télévisées

Dramatisation/utilisation d’effets dramatiques

La plupart des vidéos de plaidoyer sont généralement faites à partir de matériel documentaire illustrant des personnes réelles racontant leur histoire et la vie se déroulant devant la caméra. Mais les réalisateurs se tournent parfois vers des images évocatrices et la dramatisation pour raconter l’histoire sous un angle créatif ou parce qu’ils n’ont pas d’autre choix pour couvrir le thème qu’ils veulent filmer.

Ronit Avni dit :

> L’une des questions les plus difficiles qui se posent lorsque vous réalisez une vidéo de plaidoyer est comment reconstruire ou évoquer une violation qui s’est déjà produite. Par exemple, *In the Name of Safety* (« Au nom de la sécurité »), un film par Ain O Salish Kendra, une organisation de défense des droits humains au Bengladesh, utilise des images de cellules de prison et d’ombres de gardiens pour évoquer les abus dont sont victimes des femmes injustement incarcérées au lieu de reconstituer la scène.

Ronit cite aussi Lilibet Foster qui a réalisé *Operation Fine Girl : Rape as a Weapon of War in Sierra Leone* (« Opération jeune fille honorable : Le viol comme arme de guerre au Sierra Leone »). Ce film retrace l’impact dévastateur de la décennie de guerre civile sur les jeunes femmes de ce pays, dont des milliers ont été enlevées, violées et/ou réduites en esclavage par des soldats des deux côtés du conflit. Ronit explique :

> Lilibet utilise des techniques intéressantes pour dépeindre des situations émotionnellement pénibles – images floues, images symboliques, images de pieds anonymes qui s’enfuient, etc., pour évoquer la peur et la désorientation de ces femmes. Il est possible de montrer ces émotions avec respect et de façon convaincante sans aller jusqu’à la reconstitution des événements.

Les autres options pour ce genre d’images évocatrices consistent à utiliser des documents d’archives, des photos, des créations artistiques ou encore à faire apparaître et disparaître du cadre des personnes ou des objets – et nombre de ces décisions peuvent être prises dans la salle de montage.

Dans son film, *A Healthy Baby Girl* (« Un bébé fille en bonne santé »), la réalisatrice primée Judith Helfand a utilisé ses propres créations artistiques pour illustrer son état émotionnel après la perte de ses organes reproductifs à la suite d’un cancer. Ce film a été utilisé comme vidéo de plaidoyer pour démontrer l’impact généralisé et fatal qu’a eu la distribution massive de médicaments dangereux à des femmes enceintes dans les années 60.



Figure 3.2 Des effets de mouvement et des images floues sont utilisés dans *Operation Fine Girl* pendant les scènes où sont racontées les expériences des jeunes femmes qui ont subi des violences sexuelles (Oxygen Media LLC/WITNESS)

Dans certains cas, la dramatisation est une composante essentielle du film. Dans *McLibel* (« McDiffamation ») (sur l'action en diffamation intentée par la chaîne de fast food contre deux activistes anti-McDonald), Franny Armstrong ne pouvait entrer dans la salle d'audience avec sa caméra pour filmer le procès. Elle savait que pour avoir les arguments sur pellicule, elle devait les « recréer » ou les « adapter » à l'écran. Les prévenus étaient disposés à rejouer ce qu'ils avaient dit dans la salle d'audience, mais il n'en allait pas de même pour les témoins de McDonald : « Notre avantage, c'était que le scénario était déjà écrit – les comptes rendus d'audience étaient disponibles », se souvient Franny.

> Quand nous avons opté pour la reconstitution dramatique, nous avons dressé une liste pour rire de réalisateurs que nous rêvions de contacter. Ken Loach était en haut de la liste et moi, tout en bas, comme je n'avais jamais réalisé de film de fiction. Le procès faisait la une des journaux, à ce moment-là, et Ken Loach nous a envoyé un fax. Et voilà que nous avions le premier réalisateur dramatique en Angleterre travaillant sur notre film !

Franny a entrepris la tâche ardue d'élaborer le scénario sur la base de plus de 60 000 pages de comptes rendus d'audience. Ken Loach a ensuite tourné les séquences de fiction clé, qui représentaient les arguments et contre-arguments cruciaux de la structure intellectuelle du film.

Quand vous utilisez l'évocation ou la reconstitution/dramatisation, il est important de garder à l'esprit le fait que les scènes « scriptées » prêtent le flanc à la critique si elles ne sont à 100% fidèles à la réalité ou si elles sont perçues comme une tentative de sensationnaliser un sujet. Cela pourrait amener votre vidéo à perdre de sa crédibilité

comme un outil effectif de plaidoyer auprès de certains publics plus critiques ou plus traditionnels.

Bien que nous n'abordions pas en détail le feuilleton de plaidoyer dans ce livre, il y a beaucoup à apprendre de l'expérience d'émissions comme *Sexto Sentido*. Une autre source utile pour l'utilisation de la fiction pour convaincre le spectateur et influer sur son comportement est Population Media Center (<www.populationmedia.org>).

L'IMPORTANCE DU PUBLIC

Qui est votre public ? Comme nous l'avons évoqué dans le chapitre 1, savoir *à qui* vous racontez votre histoire influera sur *comment* vous la racontez. Plus encore, définir ce que vous voulez que votre public fasse, une fois qu'il aura vu la vidéo, permettra de définir l'histoire que vous aurez à raconter.

Comment définir votre public ? Vous devez décider quel est le public doté de la plus grande influence, ce que vous voulez qu'il fasse et comment vous réussirez à le convaincre à se joindre à vos efforts. S'il a un intérêt direct à participer, décidez qui sera le mieux à même de l'encourager à agir. Définissez ce qui est susceptible de l'intéresser, le convaincre ou l'intriguer sur le plan de l'information factuelle, des personnes interviewées et des commentaires des experts. Vous devez aussi savoir qui vous risquez d'aliéner et de repousser lorsque vous faites ces choix.

Au niveau le plus élémentaire, Howard Weinberg recommande de vous demander : « Etes-vous en train de mobiliser les troupes ou vous adressez-vous aux non convertis ? ». Il est d'avis qu'il s'agit là d'une question clé pour déterminer comment vous cadrerez votre film. De même, Martin Atkin, producteur à Greenpeace, commence par diviser ses publics en deux grandes catégories :

> La première est le public général en dehors de la communauté des ONG – un public qui connaît peu de choses sur la question – et la seconde est celui composé d'autres ONG, des gens « au sein de » la communauté qui en savent déjà un peu.

La langue et le niveau d'instruction de votre public sont d'autres facteurs essentiels de votre production. Si vous utilisez des cartons-titres, des sous-titres et des clés, votre public pourra-t-il les lire ? Quel est la langue la plus appropriée pour raconter votre histoire ?

WITNESS encourage ses partenaires à définir très spécifiquement leurs divers publics pour s'assurer qu'ils les ciblent bien et qu'ils les atteindront au moyen de la vidéo qu'ils produisent. Vous trouverez ci-dessous une présentation plus détaillée des principales catégories de spectateurs et des différentes mises en œuvre de la vidéo de plaidoyer.

Public issu de la communauté

Voir votre image ou celle de membres de votre communauté à l'écran peut produire un puissant effet. Quand une vidéo est réalisée à l'intention de la communauté dans laquelle elle est tournée, elle peut amener cette communauté à s'organiser et susciter en elle une prise de conscience et un sentiment d'émancipation. Joey Lozano raconte : « Lorsque nous montrons nos vidéos aux membres de notre communauté, elle semble retrouver sa

fierté perdue. La vidéo nous aide à retrouver notre dignité. » Gabriela Zamorano et Fabiola Gervacio ont mis sur pied une unité de communication pour la Commission des femmes d'UCIZONI, une organisation paysanne du Mexique, qui réalise des vidéos de plaidoyer pour encourager les femmes autochtones à devenir membres. Elles ont produit trois courtes vidéos et sont allées de village en village pour les montrer à ces femmes. Gabriela dit:

> La réponse de ces communautés a été extraordinaire. Quand les femmes ont vu des images de femmes et un film entièrement consacré à des femmes autochtones, elles étaient surprises, car d'ordinaire, tout tourne autour des hommes.

Le montage de ces vidéos vise à inspirer, consolider, éduquer et mobiliser les communautés dans lesquelles elles sont réalisées. Par opposition aux vidéos destinées à un usage juridique ou politique, leur style, leur structure et leur composition peuvent être beaucoup plus variés. Joey Lozano recommande de faire le film dans la langue ou le dialecte que comprend le public. Il ajoute qu'il peut être plus long qu'un film destiné à un public international, car vous avez un « public captif » qui a déjà un intérêt personnel pour le sujet et n'a pas besoin d'encouragement pour regarder le film ou continuer à le regarder. Dans certains cas, vous pouvez aussi présenter une simple série de témoignages : si ce sont des témoignages de gens de la communauté, les spectateurs seront plus susceptibles de les écouter en raison de l'intérêt intrinsèque et du caractère novateur que revêt le fait de voir des gens qu'ils connaissent ou avec lesquels ils partagent la même expérience. Ca revient toujours à la question du public. Si vous montrez une vidéo participative réalisée au sein de la communauté pour aider à exprimer et faire avancer ses processus de prise de décision, peu importe si le film est mal fait ou ennuyeux pour un spectateur de l'extérieur, parce que ce sera extrêmement efficace auprès du public ciblé. Mais si vous venez de l'extérieur pour essayer d'organiser et de mobiliser une communauté autour d'un sujet, vous serez peut-être soumis à davantage de contraintes pour créer une vidéo selon des normes différentes.



Figure 3.3 Des spectateurs à Mindanao aux Philippines regardent l'une des productions de Joey Lozano (Necessary Illusions Productions)

Les spectateurs se sentent souvent à l'aise lorsqu'ils peuvent établir un lien avec les questions soulevées par un film qui présentent des individus qui leur ressemblent, mais qu'ils ne connaissent pas personnellement. Par exemple, plusieurs individus courageux se sont avancés pour participer à *Operation Fine Girl: Rape as a Weapon of War in Sierra Leone*, révélant complètement leur identité et leur visage à l'écran malgré le caractère douloureux de leurs témoignages. Les gens qui ont vu ce film aux quatre coins du Sierra Leone se sont identifiés à leurs histoires et leur réaction a été extraordinaire.

Pendant les projections de la vidéo de 47 minutes dans les communautés au Sierra Leone, Binta Mansaray, la productrice adjointe du film, raconte :

> Les filles sont parfois troublées par la décision de jeunes femmes de montrer leur visage à l'écran. Cela m'a donné l'occasion, lors des projections, de soulever des questions concernant la stigmatisation des victimes et l'assignation du blâme aux jeunes femmes plutôt qu'aux soldats et aux rebelles.

Elle souligne combien il est difficile d'obtenir justice si les hommes peuvent compter sur le fait que la peur ou la honte des femmes les empêchera de porter leurs accusations devant un tribunal. Dans certaines projections dans les provinces, les publics étaient mixtes, composés d'anciens combattants et de civils. Binta raconte :

> Certaines des anciennes combattantes étaient émues et ont pleuré en écoutant le témoignage de ces filles. Il leur a fallu un certain temps pour pouvoir s'exprimer et quand elles ont finalement trouvé le courage de parler, elles ont dit qu'elles étaient disposées à venir expliquer ce qui s'était passé… mais elles craignaient pour leur sécurité.

Public composé d'activistes

Les vidéos destinées à des activistes s'adressent à un public qui peut se mobiliser au nom d'une cause ou de personnes dans le film. Elles parlent à des gens qui s'intéressent peut-être déjà au sujet et veulent en apprendre davantage pour savoir comment ils peuvent aider ou comment ils peuvent s'aider eux-mêmes en tirant les enseignements du film. Elles peuvent aussi interpeller et informer un public qui ne connaît pas les questions soulevées. Enfin, elles peuvent être plus partisanes que les vidéos destinées à d'autres publics, puisqu'elles « prêchent les convertis ». Elles se servent de faits et d'arguments pour étayer une position activiste, mais comme toute vidéo, elles comptent sur la passion, les relations entre êtres humains et les émotions pour véritablement éveiller l'intérêt du spectateur.

A Greenpeace, Martin Atkin travaille sur le projet OGM (organismes génétiquement modifiés) et a produit deux vidéos distinctes, l'une destinée spécifiquement aux agriculteurs autour du monde et l'autre à un large public. La première devait permettre aux ONGs d'attirer l'attention de la communauté agricole sur l'impact des OGM sur les moyens de subsistance et la vie des agriculteurs. La vidéo s'intitule *Grains of Truth* (« Les semences de la vérité »).

> Je savais que cela soulèverait les passions avant même de commencer à tourner [Atkin se rappelle, lorsqu'il s'est rendu dans les communautés cultivant le colza et le soja à travers

> l’Amérique du Nord]. Leurs témoignages étaient tellement forts. Ils portaient essentiellement sur les questions émotionnelles des conséquences financières et des procès découlant des OGM. J’ai décidé de laisser les agriculteurs parler d’eux-mêmes, sans narration. J’ai surimposé des images stylisées de prairies, de récoltes. J’avais en tête l’idée de faire *Les raisins de la colère* – en noir et blanc stylisé avec des éléments porteurs de ce sentiment.
>
> Il était peu probable que les chaînes de télévision acceptent de diffuser *Grains of Truth*, parce que le film se voulait tellement « artistique ». Mais ça n’avait pas d’importance. Cette vidéo était destinée à être vue par des agriculteurs. Elle durait 15 minutes et a été traduite en bulgare, en roumain, en tchèque, en thaïlandais et dans bien d’autres langues. Elle a été distribuée par des ONG luttant pour l’agriculture durable et a fait le tour du monde. Ces ONG ont encouragé les gens à venir aux projections en posant des affiches dans les villages. Dans certains cas, les sujets du documentaire étaient également invités pour répondre à des questions après la projection.

Une approche artistique, émotionnelle a permis d’établir un lien immédiat entre le public et le sort des agriculteurs à travers le monde et a rendu le film accessible à d’innombrables communautés confrontées à la même situation.

Fournir le contexte historique peut également aider les activistes à définir les contours d’un événement précis. Quand les forces d’extrême-droite en Inde ont déclenché une vague de violence sectaire dans l’Etat de Gujarat, l’activiste Shabnam Hashmi dit qu’elle et son mari Gauhar Raza « tenaient absolument à en faire un film politique ». Un film avait déjà été réalisé sur les massacres de 2002 dans le Gujarat, mais selon Shabnam, si ce film montrait bien les événements récents, il n’expliquait pas d’où venait cette haine. Elle voulait montrer clairement que :

> Ce n’était pas un cas isolé. Nous avions besoin d’un film qui aborde l’histoire du mouvement d’extrême-droite en Inde, qui montre que c’était un mouvement fondé sur les principes du fascisme italien. Il nous fallait montrer ce qui avait conduit aux événements du Gujarat.

A l’aide d’images d’archives, de photos et des 20 heures de séquences tournées par eux-mêmes dans le Gujarat, Shabnam et Gauhar ont monté le film *Evil Stalks the Land* (« Les forces du mal rôdent dans le pays »). Ce film est utilisé dans les milieux activistes en Inde et ailleurs dans le monde pour montrer la réalité et les raisons de la violence sectaire entre hindous et musulmans en Inde. Shabnam l’a également montré aux Etats-Unis à l’occasion de 35 projections à ce jour.

> Nous avons réalisé ce film pour secouer les gens. Et c’est exactement ce que fait ce film. Les spectateurs en ressortent stupéfaits. A la fin, nous disons qu’il est du devoir du public vis-à-vis de la prochaine génération de sauver notre pays.

Le film fait désormais partie de la « boîte à outils » de Shabnam, lorsqu’elle organise des ateliers de cinq jours dans les différents districts du pays – dont Gujurat – afin de sensibiliser les activistes et les ONG à la puissance des forces d’extrême-droite en Inde.

Les organisations de défense des droits humains qui produisent des vidéos prêtent une attention particulière à ce que le message contenu dans leur matériel soit ciblé vers un public d’activistes. Joanna Duchesne, une productrice pendant de nombreuses années à Amnesty International, a collaboré à la campagne internationale d’Amnesty « Halte à la violence contre les femmes », en produisant une vidéo qui pouvait être utile à des groupes

du monde entier travaillant sur cette question. Cette vidéo couvrait un ensemble de problèmes clés, comme le viol, la violence au sortir d'un conflit, les violences familiales et les crimes d'honneur, tout en mettant l'accent sur des buts précis tels que le besoin de développer un soutien aux associations de femmes et d'encourager les gens à appuyer toute une série de mesures pour lutter contre ces problèmes. Pour créer un outil qui puisse être utilisé dans le monde entier, Joanna Duchesne a présenté des histoires de cinq régions du monde qui portaient toutes sur un aspect de la violence contre les femmes, permettant ainsi aux spectateurs de voir pour eux-mêmes que la violence contre les femmes existe partout, quoique sous des formes différentes. Pour créer un espace d'action, elle a mis l'accent sur le rôle des femmes, non en tant que victimes, mais en tant qu'acteurs dynamiques contre la violence. Elle s'est notamment attachée dans la dernière minute du film, qui en comptait 12, d'encadrer la perception émotionnelle du spectateur avec une analyse fournie par le frère de l'une des femmes représentées qui parle d'éducation et de prise de conscience et en appelle au sens civique des spectateurs pour qu'ils agissent.

Décideurs judiciaires (aux niveaux local, national et international) : commissions des droits de l'homme, commissions régionales, cours de justice et tribunaux

Une vidéo peut être montrée devant un tribunal et une autre instance judiciaire à titre d'information sur un cas ou même comme moyen de preuve directe de crimes ou de violations présumées. Elle peut aussi être soumise à un organisme de surveillance ou de réglementation en accompagnement d'autres documents. Dans certains cas, il s'agira d'images non montées et dans d'autres, d'une vidéo montée qui existait préalablement ou qui a été spécialement préparée pour l'occasion. Dans les deux cas, il est peu probable que ces présentations vidéo soient décrites comme des « vidéos de plaidoyer » - quand bien même elles seraient destinées à convaincre un public particulier de prendre une décision particulière.

La vidéo fait de plus en plus partie intégrante du processus judiciaire à travers le monde. Au Tribunal Pénal International pour l'ex-Yougoslavie, des écrans permanents ont été installés dans la salle d'audience et la vidéo fournit des preuves clés de génocide et de crimes contre l'humanité. La vidéo a, par exemple, permis d'apporter la preuve incontestable de la présence d'un accusé sur le lieu du crime – un fait qu'il avait nié. Et c'est en grande partie grâce à cela qu'il a été reconnu coupable et condamné à 46 ans de prison.

Dans le cas d'un public judiciaire, que ce soit une cour de justice ou une autre instance juridique, vous préparez une présentation de preuves. Vous devez, en règle générale, faire très attention au langage – visuel, oral ou écrit – que vous employez dans la narration et les cartons-titres. Vous devez éviter de polémiquer ou de faire des déclarations de principe. Mais vous pouvez étayer une allégation factuelle et susciter un sentiment d'empathie plus profond à l'aide de la vidéo.

Une vidéo qui est préparée en accompagnement d'autres formes de documentation, telles qu'un rapport écrit ou toute autre soumission de preuves, et qui étaye les points soulevés, est souvent persuasive. Par exemple, comme décrit dans le chapitre 1, Human Rights Alert à Manipour en Inde a réalisé une vidéo intitulée *Sanamacha's Story*

(« L’histoire de Sanamacha ») pour joindre à sa présentation écrite au Groupe de travail des Nations Unies sur les disparitions forcées et involontaires. Bien que le groupe eût déjà connaissance du problème des « disparitions » à Manipour, *Sanamacha’s Story* était la première fois que les voix des témoins de son enlèvement par les forces gouvernementales indiennes et celles de la famille pleurant la perte de leur fils étaient remontées jusqu’aux Nations Unies. Les membres du groupe de travail ont déclaré que ce film avait renouvelé et renforcé leur volonté de se pencher sur ce cas.

En d’autres occasions, des organisations de défense des droits humains ont utilisé avec succès la vidéo pour montrer des histoires emblématiques et des cas individuels qui sont représentatifs de pratiques plus répandues : dans ces vidéos, un groupe d’interviewés parlent des abus dont ils ont été victimes, lesquels sont également vécus par de nombreuses autres personnes. Les chiffres avancés peuvent ensuite être étayés et documentés plus en détail dans un rapport écrit ou une présentation orale. Voyez le chapitre 6 pour une discussion approfondie et des exemples précis sur les modalités d’utilisation de la vidéo dans un cadre juridique.

Décideurs, leaders d’opinion et éminences grises

Les vidéos visant spécifiquement les décideurs peuvent être très efficaces. A l’instar des vidéos destinées à un usage judiciaire, elles présenteront les grandes lignes d’une violation spécifique de la loi, mais elles peuvent aussi aller plus loin. Elles peuvent ainsi brosser le tableau des solutions possibles, assorties de recommandations ou de suggestions spécifiques en matière de politique, et amener une expérience humaine directement dans la salle de conférence ou la salle de réunion d’un comité dont les membres ont le pouvoir de faire une différence. Vous pouvez aussi tenter d’instiller en eux un tel sentiment de honte qu’ils en viennent à agir ou les convaincre qu’il est dans leur meilleur intérêt d'agir.

Joey Lozano dit :

> Il y a des gens dont la survie dépend des électeurs, d’une bonne image de marque, d’argent et de profits. Si l’on fait une vidéo avec l’intention de solliciter l’appui de ces gens, il faut la présenter d’une façon qui leur fasse prendre conscience du fait qu’ils perdront des voix, terniront leur image ou perdront une source de profit. Cela revient à les frapper là où ça fait le plus mal.

Vu sous cet angle, *Silence and Complicity* (« Silence et complicité »), un film à petit budget sur les droits de la femme, illustre puissamment la capacité qu’a la vidéo d’influer sur les décideurs et responsables politiques. Ce film a été réalisé par deux organisations de défense des droits de la femme, le Centre pour les droits reproductifs (alors connu sous le nom de Center for Reproductive Law and Policy, CRLP) et le Comité d’Amérique latine et des Caraïbes pour la défense des droits de la femme (CLADEM) et utilise des témoignages émouvants de femmes victimes de violences et de mauvais traitements pour dénoncer la pratique largement répandue des abus sexuels, psychologiques et verbaux, l’absence de soins, les viols et les violences commis à l’encontre des femmes se trouvant dans des établissements de santé publics au Pérou. La vidéo accompagnait un rapport du même nom, publié en anglais et en espagnol. Barbara Becker, directrice adjointe de la

communication au CRPL et coproductrice de la vidéo, a choisi ce média pour son unique impact émotionnel :

> Les rapports sur les droits humains emploient un langage d'un tel juridisme – parce qu'ils le doivent. Nous voulions trouver un moyen de montrer le visage humain des femmes victimes d'abus en Amérique latine et notamment, au Pérou.

La vidéo a été montrée à des groupes communautaires et des centres de femmes au Pérou, à des représentants clés auprès de l'ONU, à des ONG, des professionnels du développement et des publics internationaux dans des festivals de films sur les droits humains. Ce film a changé la façon dont les cas de viols et d'abus sexuels sont traités par les tribunaux. Le gouvernement péruvien a aussi accepté d'élaborer de nouvelles lignes directrices à l'intention des médecins, d'enquêter sur les cas documentés dans la vidéo, d'inclure des organisations de défense des droits de la femme dans ses comités sur la santé en matière de reproduction et d'entamer un dialogue avec la branche péruvienne de CLADEM pour améliorer la santé publique. Barbara Becker note que le gouvernement péruvien a préféré négocier plutôt que de voir le film projeté dans des arènes publiques et diplomatiques.[1]

Rappelez-vous que certaines vidéos peuvent aliéner un décideur. Le langage que vous employez, la véhémence avec laquelle vous présentez vos arguments ou le porte-parole ou la musique que vous sélectionnez peuvent limiter les publics qui seront réceptifs à votre film et en amoindriront, par conséquent, la portée. Vous devrez parfois faire des choix concernant votre public, sachant qui vous risquez de perdre au passage.

Par exemple, WITNESS a collaboré avec l'Ella Baker Center for Human Rights, une organisation de défense des droits humains basée en Californie, et la faculté de droit de l'Université de Columbia pour produire la vidéo *Books Not Bars* (« Des livres, pas des barreaux »). Le film avait pour public cible les jeunes des communautés concernées en Californie et dans le reste du pays et visait à expliquer le complexe pénitentiaire industriel (dans le cadre duquel l'augmentation de la population carcérale est liée à une commercialisation accrue du processus d'incarcération), à montrer le lien qui existe entre l'enfermement disproportionné des membres des minorités et le manque (correspondant) d'investissement dans l'enseignement sur les normes internationales des droits de l'homme et à donner des exemples positifs sur les façons de s'engager en faveur du changement. Si la vidéo, le dossier d'action et les plans d'étude qui l'accompagnaient étaient des outils efficaces pour organiser la jeunesse, il n'en allait pas de même pour un plaidoyer auprès des autorités. Les qualités qui la rendaient attrayante pour des jeunes – l'emploi de la musique hip-hop et du rap scandé, le rythme rapide et le choix des jeunes interviewés, par exemple – pouvaient aliéner les décideurs. Aussi, à la suite du succès de *Books Not Bars*, WITNESS et l'Ella Baker Center ont travaillé ensemble sur une seconde vidéo, *System Failure* (« L'échec du système ») qui, plus sobre dans son style et présentant des séquences tirées de débats gouvernementaux et des interviews plus en profondeur, ciblait les parents des jeunes incarcérés et les responsables gouvernementaux.

Public sur Internet

Les spectateurs que vous trouverez en ligne dépendront du site où vous placerez votre vidéo, de l'étendue du contenu de ce site et de son degré de spécialisation, ainsi que de la

taille et du profil du public qu'il attire en général. Vous ne pouvez tenir pour acquis que ces spectateurs connaissent quoi que ce soit au sujet que vous traitez – ni même qu'ils s'y intéressent – quand ils commenceront à visionner votre vidéo à moins que vous ne la diffusiez sur un site qui mette l'accent sur votre thème.

Les vidéos destinées à être vues en ligne ont des exigences techniques et de contenu spécifiques. Les webcasts doivent être courts, clairs et engageants, et doivent avoir une vision clairement définie et des idées concrètes sur la façon de s'engager dans la campagne dont il est question. L'avantage de la diffusion en ligne est que vous pouvez la compléter avec du texte, des liens et autres informations connexes ; les spectateurs que vous atteindrez ne seront, par ailleurs, pas limités par les frontières nationales ou par le besoin de se rendre à une projection organisée ou de regarder une émission à la télévision à une heure donnée. « Nos diffusions vidéo sur <www.witness.org> atteignent un vaste public, principalement en Amérique du Nord et en Europe de l'Ouest, et fournissent une opportunité immédiate en ligne de répondre et d'agir », explique Matisse Bustos, coordinatrice des actions de sensibilisation du public à WITNESS.

L'utilisation de la vidéo en ligne étant un phénomène relativement nouveau, il y a peu d'informations sur le degré et la durée de l'engagement des gens sur le web. Mais en règle générale, une vidéo plus courte est susceptible d'être plus efficace – selon WITNESS, la plupart des spectateurs ne passeront pas plus de trois minutes à regarder une vidéo en ligne. D'autres sites, comme OneWorld TV, <www.oneworld.tv>, utilisent des clips courts et subdivisent les vidéos plus longues afin de permettre aux gens de choisir les parties qui présentent le plus d'intérêt pour eux – ou ils proposent des options pour interagir et échanger des messages autour de clips qui intéressent le spectateur.

Il est important de comprendre comment quelqu'un parvient sur un site. Matisse explique :

> Nous devons être honnêtes quant aux difficultés que pose la diffusion en ligne et au besoin de nous démarquer de la profusion de sites web qui existent. C'est pourquoi, à WITNESS, nous employons souvent des gens célèbres en tant que présentateurs ou narrateurs afin d'attirer les spectateurs.

A WITNESS, un événement qui se produit hors ligne, telle qu'une question d'actualité, peut être la force qui attire les gens sur le site. Par exemple, la vidéo de RAWA, *Rise*, qui comprend du matériel filmé par des femmes sous le régime des Talibans en Afghanistan, a été fréquemment visionnée au moment où le sujet était à la une des journaux et avait un poids singulier en raison des événements dans le monde. *Operation Fine Girl* a été projetée dans l'émission de l'animatrice de télévision américaine Oprah Winfrey, ce qui a attiré de très nombreux visiteurs vers la webémission.

Dans certains cas, celle-ci est un moyen d'interpeller les gens qui utiliseront ensuite la vidéo hors ligne. Elle permet à des groupes d'activistes, à des écoles et des universités d'en apprendre davantage sur un sujet et aux producteurs de télévision d'avoir une idée du matériel disponible.

Quelques conseils à retenir pour la vidéo en ligne ou la webvidéo

- Limitez les mouvements de caméras ou l'action dans le champ

- Utilisez des coupes franches plutôt que des fondus enchaînés
- Les sous-titres/cartons-titres ne marchent pas vraiment ; songez donc à doubler les voix ou à utiliser une voix off
- Utilisez des interviews – elles donnent des informations et ce sont des prises stables qui sont faciles à diffuser
- Faites une vidéo courte, de 3-5 minutes de préférence. Si elle est plus longue, divisez-la en segments afin que le public puisse la voir en entier ou en partie, selon ses intérêts. Incluez une bande-annonce si vous mettez une vidéo plus longue sur Internet
- Fournissez en accompagnement des informations écrites et des photos
- Veillez à la qualité du son – avec une connexion lente, elle sera meilleure que celle de l'image visuelle

A mesure que nous nous acheminons vers un univers à large bande, la vidéo interactive couvrira les écrans des ordinateurs, qui s'apparenteront de plus en plus à des téléviseurs informatisés. Ces modifications auront une incidence sur les considérations d'ordre technique et stylistique relative à la vidéo en ligne. Mais pour l'instant et dans un proche avenir, le fossé numérique demeurera. Le fait est que dans la plupart des pays du monde, c'est la technologie sans fil qui a percé et nous ne la voyons pas encore fournir une vidéo plein cadre à large bande. Les vidéastes devront sans doute continuer à adapter leur contenu pour les spectateurs en ligne. Pour une discussion plus approfondie sur l'Internet en tant que véhicule de distribution, voir le chapitre 7.

Public général

La plupart des catégories de films mentionnés ci-dessous peuvent être adaptées en tant que documentaires de longueur variable pour un public général et les médias traditionnels. Le secret ici est de fournir le contexte à un public qui en connaît peu sur votre sujet et ne s'en soucie peut-être guère. Il vous faudra peut-être lui « vendre » votre sujet. Comme dans toute vidéo, vous devrez raconter une histoire forte et captivante.

Mais Howard Weinberg met en garde :

> Il est difficile de raconter une histoire passionnée. Vous pouvez nuire à votre argument si vous en faites trop ; même des gens qui sont solidaires de votre cause peuvent commencer à penser : « C'est complètement insensé !». Je vois souvent des choses qui vous rendent plutôt sceptiques que solidaires. Un film sera truffé d'exagérations, mais le contexte fera défaut. Sur un plan visuel, vous devez vous rapprocher pour avoir un impact, mais il vous faut aussi prendre du recul.

Reculer peut vouloir dire ne pas utiliser une narration ou des cartons-titres excessifs. Cela peut vouloir dire inclure des contrepoints à une opinion donnée plutôt qu'une série de voix qui sont toutes d'accord les unes avec les autres. Howard Weinberg dit que pour un public général, « [v]ous devez situer le public : le récit doit établir un lien entre ce que le public sait et ce qu'il ne sait pas. »

Parfois, des vidéos sur le même sujet peuvent être tournées et montées pour deux publics différents. Après avoir réalisé la vidéo *Grains of Truth* pour les agriculteurs à travers le monde, Martin Atkin de Greenpeace a produit et monté une autre vidéo sur le

même sujet dans un style complètement différent. Contrairement à *Grains of Truth* qui était destiné aux fermiers en Afrique ou en Chine, *Slice of Life* (« Tranche de vie ») est une vidéo de 17 minutes visant à attirer l'attention au Canada et aux Etats-Unis sur la question des OGM.

Martin explique :

> C'est devenu un documentaire conventionnel, standard. Il suivait un scénario écrit d'avance, avec de courts extraits d'interviews et une présentation des faits, point par point. Le traitement était similaire à un documentaire d'actualités. Nous avons trouvé un distributeur et il devait sortir en même temps qu'un rapport de Greenpeace sur cette question, vers le moment où Monsanto tenait son Assemblée générale annuelle en 2003. Les grandes chaînes de télévision n'ont donc peut-être utilisé qu'une minute du film, mais c'est comme ça qu'il était conçu.

A l'instar de Martin Atkin, la productrice d'*Operation Fine Girl*, Lilibet Foster, avait besoin d'atteindre des publics multiples. Comme elle n'avait pas le luxe de faire des versions multiples, elle a dû réfléchir dès le début à ses multiples publics et à la façon dont chacun verrait son film, que ce soit à la télévision, en privé sur une vidéo familiale, dans des projections en groupe, etc. *Operation Fine Girl* devait être diffusé internationalement à la télévision avec une première aux Etats-Unis et atteindrait ainsi un public général. Il devait ensuite être largement utilisé dans tout le Sierra Leone comme un outil de plaidoyer et de sensibilisation pour aider au processus de paix et de réconciliation durant la phase de transition au sortir de dix ans de guerre civile.

Comme le dit Lilibet :

> La principale difficulté pour moi et Binta Mansaray, la très compétente Sierra-Léonaise avec laquelle j'ai travaillé, était de trouver le moyen de faire un film qui atteigne un public extérieur qui ne savait pas grand chose de l'histoire du pays et des détails du conflit, tout en mettant en lumière de nouvelles informations pour les Sierra-Léonais qui avaient vécu la guerre. Les autres considérations de taille étaient le fait que les atrocités commises au Sierra Leone étaient généralisées et d'une brutalité extrême et que ce pays se trouvait en Afrique de l'Ouest, une région où plusieurs autres pays étaient plongés dans des conflits d'intensité diverse. Pour le public extérieur, j'ai donc décidé de mettre l'accent sur l'histoire de trois filles et d'un garçon seulement qui représenteraient tous les enfants dans leur situation.
>
> J'espérais que cela personnaliserait le conflit pour le public et ne le laisserait pas sur un sentiment d'impuissance et de désespoir pour un pays et un peuple loin d'eux, qui se trouvaient enfin sur la voie de la paix. D'un autre côté, au Sierra Leone, l'un des problèmes au cœur des débats dans le cadre du processus de paix était la réintégration des enfants qui avaient été enlevés au sein de leurs familles et de leurs communautés. C'était particulièrement vrai pour les jeunes filles qui étaient tombées enceintes et élevaient ce qu'on appelait « les bébés des rebelles ». Nous espérions que le récit direct de ce qui s'était passé aiderait à montrer au grand jour que les enlèvements étaient une tactique de guerre calculée, utilisée par les deux parties au conflit, et que ces enfants n'avaient pas rejoint de leur plein gré les rangs des rebelles pour commettre des crimes contre leurs propres villages.

Lilibet savait que pour étoffer le récit et le placer dans son contexte, elles devaient trouver la bonne personne *au sein de* la communauté qui serait interviewée sur l'histoire du conflit et apporterait suffisamment d'informations au public extérieur sans rebuter le public local. Elle note :

Pour des raisons évidentes, nous avons soigneusement choisi les personnes à inclure parce que pour que le film soit pris au sérieux, il était important qu'elles soient considérées comme des sources locales et internationales fiables, équitables et sachant de quoi elles parlaient. Pour équilibrer l'information et accroître la crédibilité du film, j'ai aussi interviewé les membres des factions rebelles et du gouvernement pour avoir leur réaction, les membres de la communauté qui dirigeaient les écoles qu'ont fréquentées beaucoup de ces filles après avoir échappé à leurs ravisseurs et le personnel médical qui avaient des preuves et une connaissance directes de la condition physique et mentale des enfants qui avaient été enlevés.

Médias radiotélévisés

Si votre campagne présente un intérêt pour les médias traditionnels, vous pouvez atteindre un large public par leur entremise, que ce soit en produisant un documentaire destiné à la diffusion ou en leur fournissant le matériel pour un reportage. Dans tous les cas, il est bon d'être réaliste quant à vos chances d'aboutir (il est souvent difficile d'obtenir un temps d'antenne sur les chaînes qui vous intéressent) et quant au degré de contrôle que vous conserverez sur votre histoire. A moins d'acheter le temps d'antenne à la chaîne, vous devrez sans doute travailler avec un chargé de programmes pendant la réalisation de votre documentaire. Ce dernier exercera un certain contrôle sur votre production en fonction du public et des besoins de la chaîne.

Si vous achetez un temps d'antenne sur une chaîne de « niche », telle qu'une chaîne câblée locale, il vous appartient de définir quel est le public qui la regarde. Plusieurs organisations de défense des droits humains en Asie du sud et ailleurs ont réussi à acheter un temps d'antenne à des chaînes câblées locales pour diffuser des émissions destinées à un public général.

Si vous fournissez du matériel brut à un média d'informations, dans la plupart des cas, vous verrez que l'angle de l'histoire sera déterminé par ce dernier. Il vous prendra des séquences brutes ou des interviews et les cadrera selon la position de la rédaction. Il vous faudra décider si l'exposition potentielle de votre sujet vaut la perte de contrôle sur votre histoire et l'angle différent sous lequel elle sera présentée. Pour de plus amples informations sur la distribution à des médias radiotélévisés, voir le chapitre 7.

CONCRETISER UNE HISTOIRE : PREPRODUCTION

Les étapes de la réalisation sont les suivantes :

1. *Conceptualisation et recherches* : ici, vous construisez l'idée et clarifiez le but du plaidoyer (pourquoi est-ce que je fais ce film ?), le public (pour qui est-ce que je fais ce film ?) et les éléments à filmer (comment ferai-je ce film ?). Demandez-vous aussi quels sont les autres films qui ont été faits sur le même sujet. Quelle est leur perspective ? En quoi mon film est-il différent ? Quelles recherches me faut-il faire pour réaliser un film bien documenté ?
2. *Préproduction* : cette étape inclut la préparation et les recherches sur le canevas du film, un premier scénario et un plan de tournage, la planification logistique et la levée de fonds.

3. *Production* : c’est l’étape du tournage en soi, avec tous les éléments présents à l’esprit, tels qu’interviews, séquences vérité, rouleau B, plans de coupe, graphismes, besoins en matière d’archives, musique, etc. (Pour de plus amples informations et une explication de ces termes, voir le chapitre 4 et le glossaire).
4. *Post-production* : cette étape consiste à produire et à réviser plusieurs versions de la vidéo, sur papier, puis à l’écran. Pour en savoir plus, voir le chapitre 5.

Qu’est-ce que la préproduction ?

La préproduction est l’étape au cours de laquelle les recherches sont effectuées et les questions posées pour aider à façonner une enquête et un récit. Il est souhaitable d’en brosser les grandes lignes afin de clarifier votre histoire et vos messages. Vous devez faire attention au budget, aux ressources et au temps dont vous disposez. Sur la base de cette esquisse, vous pourrez créer la liste des plans, le calendrier de tournage et les feuilles de service.

Les fondements d’une histoire : quoi, où, quand, qui, pourquoi, comment ?

Pendant la phase de préproduction, vous devez vous poser les questions suivantes :

- *Quelle* est l’histoire que vous voulez raconter ? Qu’est-ce que vous laissez de côté ? Et pourquoi ?
- *Quand* s’est produit l’incident, l’événement ou la violation ?
- *Où* se déroule l’histoire ?
- *Qui* apparaîtra dans votre histoire ?
- *Qui* racontera votre histoire ?
- *Pourquoi* racontez-vous cette histoire ?
- *Comment* raconterez-vous cette histoire ?

Il se peut que vous ayez plus d’une réponse à chacune de ces questions.

Pourquoi racontez-vous cette histoire ?

Pour une vidéo orientée vers le plaidoyer, vous devez clairement savoir, dès le départ, pourquoi vous racontez cette histoire, tant en qualité de réalisateur que de défenseur de la justice sociale. Vous devez aussi déterminer clairement qui sera votre public et qu’est-ce qu’il trouvera convaincant ou captivant. Sur cette base, vous choisirez de raconter l’histoire la plus appropriée.

Comment raconterez-vous votre histoire ?

Comment choisirez-vous de raconter cette histoire ? Suivrez-vous un ordre ou une séquence chronologique particulière ? Mettrez-vous l’accent sur un personnage, un sujet ou un lieu ? Quelle est la façon la plus efficace de raconter cette histoire et comment faire pour qu’elle soit intéressante à regarder, tout en respectant la vie et la sécurité des personnes qui y ont participé ?

Votre histoire a-t-elle été racontée auparavant ?

A ce stade, vous devrez aussi faire des recherches sur d'autres vidéos, films, livres, sites web et d'autres formes de médias sur le sujet. Cela ne sert à rien de réinventer la roue et ces sources peuvent vous aider à développer votre propre projet.

Préparer le canevas de votre vidéo

Vous avez maintenant un but et un public précis sur la base desquels vous choisirez le message et le messager les plus appropriés.

A ce stade, vous devez préparer le canevas de votre vidéo ou schéma de scénario. Celui-ci est l'architecture du film que vous vous proposez de tourner – une esquisse des éléments audio et visuels qui constitueront la version finale du film, arrangés en ordre et illustrant la trame de votre film. Sur cette base, vous définirez les prises que vous devrez filmer pour chaque lieu, interview ou activité. Un canevas bien conçu est particulièrement important dans le cas de films sur les droits humains et la justice sociale, car il n'est pas toujours possible de retourner sur les lieux pour refilmer des scènes.

La préparation de votre canevas vous aidera à réfléchir à ce dont vous avez besoin pour raconter votre histoire de façon forte et dramatique. Il n'est pas nécessaire que vous le suiviez à la lettre, une fois que vous commencez à tourner et à monter votre film, mais il peut servir de guide pour vous aider à réfléchir à des façons créatives de raconter votre histoire.

Le format d'un canevas est illustré dans le tableau 3.2. Il met en regard, sous forme abrégée, les éléments visuels à gauche et l'audio à droite.

Tableau 3.2 Format d'un canevas

Images	Son
Une foule manifestant devant un bâtiment officiel	*Son synchrone*** *Narration sur les dernières violations de droits et l'implication du gouvernement*
Jean B. raconte l'histoire de la nuit dans la cellule, plan de coupe*, photos: Jean B. torturé	*Interview à la caméra avec Jean B., victime de tortures*
Images d'action où on le voit répondre à des interviews dans son bureau où il travaille en tant qu'observateur des violations des droits humains	*Narration sur le cas ; voix off d'une interview avec un autre travailleur de défense des droits humains*

Notes :
* plan de coupe : l'image d'un détail d'un lieu, d'une personne ou d'une image se rapportant à l'histoire pour couvrir les coupes au montage et donner un poids accru à une interview. Voir le chapitre 4 pour de plus amples détails.
** son synchrone : son enregistré en même temps que l'image

Vous vous pencherez aussi sur la question des personnages, du point de vue et de la structure de la narration - qui raconte l'histoire ? Comment racontez-vous l'histoire ?

Quelles composantes audiovisuelles vous aideront à raconter l'histoire ?

Toute vidéo est constituée d'une combinaison d'éléments visuels et audio. Réfléchissez avec créativité et en détail aux différents types de son et d'images. Qu'est-ce qui rendra cette histoire visuellement intéressante ? Pouvez-vous raconter votre histoire en utilisant différentes combinaisons d'éléments visuels et audio ? Qu'est-ce qui aura le plus d'impact sur votre public ? A quoi avez-vous accès, compte tenu des contraintes de sécurité, de budget et de temps ? Pouvez-vous faire de la nécessité une vertu ?

Voici certains types d'éléments visuels et de son à prendre en considération :

Eléments visuels

- La documentation visuelle et audio d'événements qui sont en train de se produire – des gens qui *font* quelque chose, sans commentaires.
- Paysages, lieux et objets inanimés qui font partie de l'histoire.
- Interviews – une ou plusieurs personnes répondant à des questions posées par un intervieweur à l'écran ou hors champ, qui peuvent être coupées au montage final.
- Conversations observées – gens conscients de la présence d'une caméra, mais pas interviewés directement.
- Conversations ou personnes se parlant, la caméra restant discrète ou cachée.
- Reconstitutions - recréations factuellement exactes de scènes qui ne pouvaient être filmées ou qui se sont produites dans le passé. Rappelez-vous qu'il pourrait y avoir un problème de crédibilité dans le contexte des droits humains, notamment s'il n'est pas clair pourquoi une scène ne pouvait être filmée ou pourquoi elle devait être reconstituée.
- Images/prises expressionnistes – souvent symboliques ou artistiques pour représenter un concept ou fournir des éléments visuels là où vous n'avez pas accès à un lieu, par exemple dans des interviews historiques.
- Manipulation des images par le biais du ralenti, de la lecture accélérée, la capture de mouvements, etc.
- Photos ou documents – soit en plan fixe soit tournés avec des mouvements de caméra panoramiques/travelling ou en zoom avant ou arrière.
- Texte tel que titres, manchettes et graphismes à l'écran – utilisé à des fins de créativité et d'information, comme les sous-titres pour les langues étrangères. Ils sont généralement ajoutés au montage.
- Images provenant d'une bibliothèque, images d'actualités et images d'archives – elles peuvent provenir d'archives professionnelles, mais aussi de souvenirs personnels, voire même de matériel tiré d'autres films. N'oubliez pas que les images d'une source commerciale coûtent en général cher et qu'il est difficile d'obtenir la permission de les utiliser.

- Ecran blanc – amène le spectateur à réfléchir à ce qu'il vient de voir ou d'entendre, le prépare à ce qui vient ensuite, indique un changement de séquence ou de lieu ou met l'accent sur des sons.

Eléments audio ou de son

- Interviewé – vous pouvez utiliser un enregistrement audio seul ou l'audio d'une interview son et image dont vous utiliserez seul le son ou le son et l'image.
- Conversations – enregistrées au vu et au su des participants ou discrètement/secrètement.
- Narration – il peut s'agir d'un narrateur, du réalisateur ou d'un participant.
- Son synchrone – son enregistré pendant le tournage.
- Effets de son – sons individuels enregistrés pendant le tournage ou à un stade ultérieur.
- Musique – elle est souvent ajoutée au montage.
- Silence – l'absence de son peut indiquer un changement d'humeur ou d'endroit ou amener le spectateur à reporter son attention sur l'écran.

Sachez que dans de nombreuses vidéos, les éléments de son et d'image ne proviennent pas de la même source – au montage, vous ferez des choix sur la façon de combiner les différents éléments de son et d'image.

Exercice 3.5 : Déconstruire les composantes audiovisuelles d'un film

Choisissez l'un de vos films préférés et regardez-le avec un œil critique pour discerner les différents éléments audio et visuels qui le composent. Notez tout ce que vous voyez en utilisant les listes ci-dessus qui vous serviront de guides des composantes possibles. Vous serez surpris par la diversité des différents éléments qui entrent dans la composition d'un film, même le plus simple.

Rédiger un plan de tournage ou une liste des plans

Avant de commencer à tourner dans un lieu ou filmer une interview, il vous faudra établir une liste des plans. Cela consiste à faire un brainstorming pour déterminer quelles sont les images ou les plans qui vous aideront à raconter votre histoire de sorte que lorsque vous filmerez, vous aurez clairement en tête les plans dont vous avez besoin, tout en restant ouvert aux opportunités qui se présenteront pendant le tournage. Vous devrez retourner à votre canevas pour voir comment intégrer dans votre plan de tournage les éléments vidéo et audio que vous songiez à utiliser.

Nous reviendrons sur le plan de tournage dans le prochain chapitre après avoir examiné plus en détail les plans et les séquences.

Budget, ressources et chronologie

A l'aide de votre canevas et d'une liste des plans potentiels, vous pouvez maintenant établir un budget analytique pour calculer combien de temps, d'argent et de ressources il vous faudra. Sur cette base, estimez :

1. Combien de personnes formeront votre équipe ? (N'oubliez pas le montage !)
2. Quels sont l'équipement et les provisions dont vous aurez besoin – caméra, cassettes, batteries, etc. ?
3. Combien de temps et d'argent faudra-t-il pour les déplacements (aussi bien pendant le tournage que pour le montage) ?
4. Combien d'argent vous faut-il pour la nourriture et les frais supplémentaires pendant le tournage (y compris les indemnités journalières, le cas échéant) ?
5. Quelles sont les interviews qu'il vous faut filmer ? Combien de temps dure chacune d'entre elles et devrez-vous revenir pour un suivi ?
6. Combien de temps vous faut-il pour filmer les éléments visuels, les images de rouleau B ou les séquences vérité et enregistrer la musique ?
7. Combien de temps vous faut-il pour effectuer vos recherches d'archives, de musiques pré-enregistrées et de photos ?
8. Combien de temps et d'argent vous faut-il pour retranscrire les interviews, les dérusher et préparer le montage sur papier ?
9. Combien de temps vous faudra-t-il pour le montage et pour l'équipement de montage ?

Même si vous ne comptez pas payer pour les éléments ci-dessus, il est bon d'avoir une idée précise du temps que vous et votre équipe consacrerez à votre projet.

Vous devrez préparer une chronologie de tournage, avec l'heure et le lieu où vous conduirez vos interviews et filmerez vos images. Si vous êtes en mesure de fixer au préalable une heure avec vos interviewés, faites-le à ce stade. Utilisez un calendrier pour bloquer le temps de tournage qu'il vous faudra. Ajoutez toujours une ou même deux heures supplémentaires pour installer l'équipement, préparer le sujet pour l'interview, etc. N'oubliez pas le temps de déplacement qu'il vous faudra entre les interviews. Tout prend toujours plus de temps que prévu sur un tournage !

Au moment de la préparation de votre budget, vous vous apercevrez peut-être que vous n'avez pas autant d'argent ou de temps que vous l'auriez voulu. C'est le moment de dresser vos priorités et de prendre des décisions. Par exemple, vous n'avez que quatre jours pour tourner et vous avez prévu de filmer six personnages principaux. Il vous faut maintenant décider quelles sont les personnes que vous voulez absolument filmer : vous choisirez alors peut-être de limiter le tournage à deux personnes seulement (veillez à filmer beaucoup d'images de rouleau B, d'éléments visuels et de séquences). En réalité, vous aurez peut-être plus de matériel avec lequel travailler au montage et un scénario plus solide, si vous passez plus de temps avec moins de personnes.

Note sur la collecte de fonds

Vous devrez peut-être aussi lever des fonds pendant la phase de préproduction. Les donateurs voudront voir une documentation écrite ou entendre de vive voix ce que vous avez à dire sur les points suivants :

1. Le message de la vidéo
2. Le canevas ou scénario de base
3. La chronologie
4. Le budget global et la place qu'y occupe leur contribution
5. Les modalités de distribution de votre vidéo
6. L'avantage pour eux de participer à votre projet en tant que donateurs

Ils n'auront peut-être pas besoin de *beaucoup* d'informations sur ce que vous prévoyez de faire, mais il leur faut une information solide pour les aider à croire en vous et en votre projet. La principale question qu'ils se poseront, si le projet les intéresse, est : le plan est-il réaliste ?

La collecte de fonds peut être aussi simple que le fait de recueillir des pièces de monnaie lors d'un rassemblement de la communauté ou aussi compliqué que celui de remplir des montagnes de formulaires et de solliciter des fonds pour la production auprès d'agences internationales. Dans tous les cas, il vous faudra décider si le temps que vous passerez à lever des fonds en vaut la peine (devenez-vous un administrateur au lieu d'un défenseur des droits ?) et si vous êtes disposé à recevoir des fonds dont l'utilisation est assortie de conditions. Par exemple, les autorités locales voudront-elles avoir un droit de veto sur le film avant sa sortie ? Qui, en fin de compte, aura le contrôle du film ?

Repérages et interviews préliminaires

Selon les fonds et le temps disponibles et en fonction de la situation en matière de sécurité, il peut être bon de visiter les lieux où vous voulez tourner – avant le tournage. C'est ce qu'on appelle les « repérages », qui constituent une étape très utile. Il vous faudra peut-être déterminer si l'accès est difficile ou dangereux pour les personnes concernées ou identifier et parler à des porte-parole ou des interviewés qui pourraient être intéressants.

Vous pouvez aussi économiser du temps en vérifiant s'il y a des sons bruyants ou récurrents sur les lieux en question, en cherchant des endroits appropriés pour conduire les interviews et en vous assurant qu'il y a de l'électricité pour recharger vos batteries. Il vous faudra aussi peut-être trouver un interprète de confiance ou organiser les transports sur place. Vous voudrez aussi peut-être voir l'endroit où vous et votre équipe passerez la nuit.

De nombreux réalisateurs et chercheurs effectuent des interviews préliminaires pendant la phase de repérages. Celles-ci peuvent être brèves et n'ont pas besoin d'être enregistrées. Elles aident à déterminer ce que les gens ont à dire à propos d'un sujet particulier et surtout *comment* ils le disent. Si vous interviewez de nombreuses personnes, il est bon de prendre des notes qui détaillent l'essentiel pour que vous puissiez facilement vous y référer par la suite.

Garantir l’accès au lieu de tournage

En tant que réalisateur de films de plaidoyer, il vous faudra parfois négocier l’accès au lieu que vous voulez filmer, si la décision en la matière n’est pas du ressort des alliés de votre projet. Vous devez, à cet égard, réfléchir soigneusement à la façon dont vous vous présenterez. Outre les questions de danger immédiat ou à long terme que vous courrez en vous rendant dans ce lieu ou en dissimilant les raisons pour lesquelles vous vous trouvez là (voir chapitre 2), vous devez aussi tenir compte des questions éthiques qu’une tromperie éventuelle peut soulever. Vous devez aussi savoir qu’il vous faut être prêt à justifier et expliquer tout ce que vous mettrez sur papier – explications destinées aux autorités, aux interviewés ou aux propriétaires des lieux – concernant vos activités.

Exercice 3.6 : Rédiger une explication du projet

Les explications que vous donnerez sur votre personne, votre organisation et votre projet de vidéo de plaidoyer à des individus qui ne sont pas des alliés peuvent avoir un impact critique sur votre capacité à utiliser le matériel par la suite. Si vos explications sont acceptables, vous éviterez des problèmes de crédibilité auprès de votre public, une action en justice par les personnes que vous avez filmées ou la mise en cause de votre réputation.

Il est préférable de faire cet exercice en groupe. Il vous aidera à déterminer les limites du cadre dans lequel vous pouvez décrire votre projet. Il peut être réalisé en deux parties :

1. Servez-vous d’une des situations décrites ci-dessous et rédigez de brèves explications sur votre projet que vous donnerez aux individus suivants : directeur du site, gardien des lieux, un parent de la personne filmée, personne dans l’établissement et interprète. La description des projets doit être honnête et exacte, mais doit aussi être formulée en gardant à l’esprit le besoin d’obtenir l’accès aux lieux.
2. Prenez votre propre projet de plaidoyer par vidéo et identifiez un groupe de personnes avec lesquelles vous aurez à discuter de votre projet. Préparez des explications similaires de 30 secondes.

    - Vous cherchez à dénoncer des cas de travail forcé systématique sur un site d’exploitation de ressources naturelles, qui est géré conjointement par le gouvernement et une multinationale. Vous prévoyez d’en appeler à la société pour qu’elle se retire du projet et aux mécanismes internationaux des droits de l’homme pour qu’ils adoptent des sanctions contre le gouvernement pour son action. Le site se trouve dans une zone relativement éloignée des grandes villes. Les gens vivant alentour sont contraints de déblayer et de construire des routes pour le projet – ils reçoivent une petite rémunération, mais ils sont aussi obligés de travailler des jours supplémentaires et n’ont pas leur mot à dire concernant leur participation à ce projet. Tandis que le gouvernement a une mauvaise

réputation tant au plan national qu'international concernant le respect des droits humains, il n'y a eu, jusqu'à présent, aucune dénonciation de l'implication de la multinationale dans ce projet ou des atteintes potentielles aux droits humains. Le site est gardé par un personnel de sécurité recruté sur place et par des membres d'une unité de l'armée. Le directeur du projet est un représentant de la multinationale qui travaille en étroite collaboration avec un représentant du gouvernement.

- Vous travaillez à un projet de documentation sur les violations des droits humains, telles que privation de nourriture et de soins médicaux et traitements cruels et inhumains contre des personnes détenues dans un établissement psychiatrique. Vous voulez obtenir une amélioration de la situation pour les patients de l'établissement et l'engagement des responsables à entreprendre une réforme institutionnelle. La direction de l'hôpital ne considère pas, dans l'ensemble, que les conditions actuelles soient en quoi que ce soit répréhensibles ou elle les accepte en tant que conséquence des contraintes financières. Le personnel de l'établissement est peu nombreux et manque de ressources. De nombreuses personnes ont été abandonnées par leurs familles dans cette institution ou ont perdu tout contact avec elles. Certains patients, mais pas tous, souffrent de troubles mentaux.

Exercice 3.7 : Combler les vides

A mesure que vous développerez votre plan de tournage, vous vous apercevrez qu'une partie essentielle de votre histoire – que ce soit un lieu ou un interviewé – est inaccessible. A ce stade, il vous faut commencer à réfléchir à la façon dont vous compenserez cette lacune.

Imaginez ce que vous feriez si dans les deux situations décrites ci-dessus, vous n'aviez pas accès aux sites en question : comment récolteriez-vous suffisamment de matériel audiovisuel pour raconter votre histoire ?

Pour vous donner quelques idées, voici comment un monteur a résolu l'absence d'images de l'intérieur d'une prison pour mineurs en Californie, pendant qu'il travaillait sur *System Failure*, une vidéo documentant les abus commis dans le système pénitentiaire.

Il souligne tout d'abord l'importance de tourner suffisamment de séquences pour étoffer les interviews que vous obtiendrez à l'extérieur de la prison :

> Je ne peux trop insister sur le fait que lorsque vous réalisez des interviews avec des « têtes parlantes », plus vous avez d'images de rouleau B de ces intervenants, mieux c'est… des séquences où on les voit faisant des choses de tous les jours ou marchant dans la rue sont d'un apport précieux pour leurs interviews. Sinon, vous pouvez tout aussi bien filmer des images de rouleau B qui contribuent à l'ambiance du reportage. Si quelqu'un parle avec émotion de la mort d'une autre personne, des images « silencieuses » du ciel, des nuages, du paysage et du coucher de soleil peuvent aider à évoquer ses pensées. Dans le processus de production de *System Failure*, nous avons obtenu autant de photos que possible des personnes filmées et de leurs familles ; elles ont vraiment contribué à ce que les gens qui étaient

> interviewés deviennent plus vrais et plus tangibles pour le public. Les spectateurs pouvaient mieux les comprendre en tant que personnes.

Pour fournir les informations relatives à des événements passés ou inaccessibles à la caméra, les réalisateurs ont également fait des recherches sur toute la documentation existante sur leur sujet et ont ainsi obtenu des comptes rendus d'audience, des coupures de presse et des photos de journaux (tout en gardant à l'esprit les questions de droits d'auteur).

Dans le cadre de leurs recherches auprès de sources extérieures, ils ont passé au peigne fin des collections d'archives tant privées que publiques :

> Nous avons aussi obtenu des images de chaînes d'informations et des documents d'archives de bibliothèques sur les prisons que nous montrions dans notre film, ainsi que d'autres images comme des passages à tabac, des cages et des chaînes. Deux choses étaient essentielles pour nous : d'une part, avoir accès aux archives des débats publics télévisés du sénat californien où s'exprimaient les responsables du California Youth Authority. Cela nous a permis d'utiliser au moins leurs images et leurs témoignages pour donner une impression de présence au reportage. Le second document crucial était le rapport autorisé du California Youth Authority, comme nous avons alors structuré l'ensemble de notre film autour de citations tirées de ce rapport.

Préparation à une interview

Une fois que vous avez décidé que vous voulez interviewer quelqu'un, il y a un certain nombre de questions qu'il vous faut considérer durant la phase de préproduction :

- Où faut-il filmer les interviewés ?
- Le tournage comporte-t-il une menace pour la sécurité de l'intervieweur et/ou de l'interviewé ?
- Quelles sont les précautions à prendre pour garantir leur sécurité ? (préparer les formulaires de consentement, déterminer comment transporter et entreposer les cassettes/transcriptions pour garantir la sécurité/confidentialité, etc.)
- Vous faut-il traduire les formulaires de consentement ?
- S'il s'agit d'un représentant du gouvernement/de l'armée, devez-vous obtenir une autorisation ? Combien de temps à l'avance vous faudra-t-il convenir d'un rendez-vous ?
- L'interviewé a-t-il besoin d'un interprète ?
- Est-ce que le sexe, la culture, la nationalité ou la profession de l'interprète, du réalisateur ou du caméraman influera sur le déroulement de l'interview ou aura un impact négatif sur l'interviewé ? Comment éviter que cela ne se produise ?
- Dressez la liste des questions que vous voulez poser à l'interviewé (voir chapitre 4 pour plus d'informations sur les interviews).
- Quelles sont vos options si l'un des sujets/interviewés du film n'est pas disponible ?

Préparer une feuille de service

Quand vous préparez un film, une feuille de service (voir tableau 3.3) fournit le nom, adresse, email et numéros de téléphone de toutes les personnes que vous pourriez avoir besoin de contacter (voir chapitre 2 sur la préparation dans des conditions dangereuses). Cette liste peut comprendre :

- L'équipe
- Les sujets de vos interviews
- Les contacts sur le lieu du tournage (par exemple le chef du centre de réhabilitation où vous tournez)
- Les contacts pour le logement
- Les contacts en cas d'urgence

Conseils pour la phase de préproduction

- *Nombreux sont ceux qui ont eu leur caméra confisquée ou qui n'ont pas eu la permission de filmer un bâtiment, un endroit ou une région particulière. Ils ne savaient pas qu'ils avaient besoin d'une autorisation. Vérifiez toujours avant.*
- *Partez toujours du principe qu'il vous faudra une autorisation pour filmer, que ce soit un interviewé ou un établissement public, tel qu'un hôpital ou un camp de réfugiés. Ayez à disposition un formulaire de consentement (voir annexes III et IV pour des formulaires types) dans un langage compris par l'interviewé. Pour de plus amples informations sur ce point, voir chapitre 2.*
- *L'obtention des autorisations nécessaires et le coût de l'utilisation d'archives sont souvent négligés durant la phase de préproduction. Vous pourrez peut-être en négocier l'usage gratuit, mais n'oubliez pas d'obtenir une autorisation par écrit pour toute photo, son ou image qui ne vous appartient pas et que vous voulez utiliser dans votre vidéo. Vous pouvez aussi trouver des « documents d'archives » pendant le tournage. Par exemple, est-ce que votre sujet a des photos que vous pourriez filmer avec votre caméra ? Qu'en est-il de son voisin ? De l'école locale ?*
- *Filmer seul peut être difficile, surtout lorsque vous devez interviewer des gens et penser à votre son et vos images. La qualité de votre tournage peut s'en trouver compromise : si possible, organisez-vous pour avoir quelqu'un qui vous aide, qui vérifie le son ou qui pose les questions à votre interviewé pendant que vous vous concentrez sur la qualité de l'image.*
- *Voir aussi annexe VI pour une liste de contrôle.*

Tableau 3.3 Exemple de feuille de service

FEUILLE DE SERVICE
Groenland : l'autonomie interne à l'œuvre

Dates du tournage	12-19 juin 2001
Titre :	L'autonomie interne à l'œuvre
Lieu :	Nuuk, Groenland

Réalisateur :	Anna S.	Portable : 32-555-555 N° de passeport : BL2345
Directeur de production :	Karen S.	32-555-555
Son :	Melody R.	Portable : 32-555-5555 mroul@yahoo.com N° de passeport : BL 2345
Caméra :	Paul R.	32-555-5555 N° de passeport : BL2345 (allergique à la pénicilline)
Interprète :	Francis D.	299-555-5555

SUJETS D'INTERVIEWS

Tine S.		299-555-5555 Bureau : 555-5555 Domicile : 555-5555
Jacob O.		299-555-5555 Bureau : 555-5555 Domicile : 555-5555
Fixeur à Nuuk	Jakob R.	299-555-5555

Mardi 12 juin 2001

06h00 S. et A. se rendent à l'aéroport d'Ottawa

9h40 Vol First Air 868 d'Ottawa à Iqaluit (arrivée à 12h30)
13h20 Vol Air First 1868 d'Iq. à Kangerlussuaq (arrivée à 16h40)
17h35 Vol Gr. Air 511 de Kangerlussuaq à Nuuk (arrivée à 18h00)

F. rencontrera S/A à l'aéroport

20h00 Réunion de production

Chambre avec petit-déjeuner réservée chez l'habitant (coût : 300 DKK/personne/nuit)

Mercredi 13 juin 2001

Repérages à Nuuk
10h00 Réunion avec T., sujet d'interview
14h00 Repérages

Chambre avec petit-déjeuner réservée chez l'habitant (coût : 300 DKK/personne/nuit)

Jeudi 14 juin 2001

Repérages à Nuuk
10h00 Réunion avec J., sujet d'interview
14h00 Visionnage d'archives à la télévision groenlandaise

Chambre avec petit-déjeuner réservée chez l'habitant (coût : 300 DKK/personne/nuit)

Vendredi 15 juin 2001

JOUR 1 – Tournage à Nuuk
08h00 Filmer Jacob à la maison, se préparant pour son procès avec ses enfants

Chambre avec petit-déjeuner réservée chez l'habitant (coût : 300 DKK/personne/nuit)

Samedi 16 juin 2001

JOUR 2 – Tournage à Nuuk

Chambre avec petit-déjeuner réservée chez l'habitant (coût : 300 DKK/personne/nuit)

Dimanche 17 juin 2001

JOUR DE REPOS

Chambre avec petit-déjeuner réservée chez l'habitant (coût : 300 DKK/personne/nuit)

Lundi 18 juin 2001

JOUR 3 – Tournage à Nuuk

Chambre avec petit-déjeuner réservée chez l'habitant (coût : 300 DKK/personne/nuit)

Mardi 19 juin 2001

15h35 Vol Gr. Air de Nuuk à Kangerlussuaq (arrivée à 16h30)
17h25 Vol First Air 1869 de Kangerlussuaq à Iq. (arrivée à 16h20)
18h05 Vol First Air 869 d'Iq. À Ottawa (arrivée à 21h03)

Retour à la maison en bus ou en voiture

Une feuille de service peut aussi contenir les grandes lignes de la chronologie de votre tournage. Elle comporte les informations de voyage, le lieu des interviews et les renseignements sur le logement. La préparation d'une feuille de service peut vous aider à concrétiser votre tournage, même si certains éléments semblent évidents ou ne sont pas confirmés au moment où vous la rédigez.

C'est une aide inestimable que de garder toutes ces informations dans un lieu précis pendant le tournage – de préférence, dans votre poche arrière pour que vous puissez y accéder facilement !

Songez à préparer cette feuille pour le reste de votre équipe et pour quelqu'un qui ne part pas en déplacement avec vous. Ce peut être un membre de la famille, un partenaire international ou un allié, si vous filmez au sein de votre communauté. Enfin, si vous estimez qu'une telle feuille pourrait être dangereuse pour votre tournage, trouvez un moyen de déguiser l'information.

NOTE

1. Pat Auderheide, *In the Battle for Reality*, disponible en ligne sur <www.centerforsocialmedia.org>.

4

La production de vidéo : filmer une histoire

Joanna Duchesne avec les contributions de Liz Miller, Sukanya Pillay et Yvette Cheesman

Ce chapitre vous invite à commencer à filmer avec votre caméra dès que possible, car l'aisance vient avec la pratique.

Vous y apprendrez les aspects techniques d'une caméra et de l'équipement qui l'accompagne, ainsi que les différents types de plan et nous vous donnerons des conseils sur la façon de filmer des images stables, bien composées et saisissantes. Ce chapitre vous guidera dans la préparation de votre propre projet de vidéo et vous montrera comment filmer des séquences et des interviews, développer les personnages et construire une histoire. Il contient aussi des exercices pour vous permettre de vous entraîner sur ce que vous aurez appris. N'attendez pas de vous sentir sûr de vous-mêmes : c'est en vous exerçant que vous développerez vos capacités.

Il arrive que l'on parle de la grammaire d'un film ou d'une vidéo et des conventions qui sont utilisées, par exemple, pour cadrer un plan. Considérez ces points comme le ferait un écrivain avec la syntaxe : en règle générale, vous devriez en respecter les règles, mais une fois que vous les maîtrisez, vous pouvez vous en écarter avec beaucoup d'effet.

Pour produire une vidéo de plaidoyer social, vous devrez porter plusieurs casquettes. Au moment de commencer à tourner, vous devez penser précisément et objectivement comme un observateur des droits humains, techniquement comme un cameraman et un ingénieur du son, séquentiellement comme un monteur et conceptuellement comme un narrateur de plaidoyer. Mais vous n'avez pas à remplir toutes ces fonctions vous-mêmes : rappelez-vous que la plupart des films sont faits avec une équipe et ne sont pas le fruit d'un effort purement individuel. Quand vous filmez, organisez-vous, si possible, pour avoir des gens qui vous aident avec la logistique, le son et la caméra (ainsi qu'avec l'interprétation, si nécessaire) et songez à engager un monteur qui portera un regard neuf sur votre projet.

LES OUTILS

Votre équipement de base

Votre équipement de base devrait consister en une caméra vidéo, des cassettes, des batteries, un chargeur de batterie, un casque d'écoute et les câbles nécessaires au fonctionnement de votre caméra. Prévoyez, si possible, un microphone externe et un trépied pour la stabilité de vos images. Enfin, les câbles RCA/S-Vidéo et FireWire vous permettront de visionner ce que vous avez filmé sur un téléviseur, une caméra ou un ordinateur.

Vous déciderez peut-être d'investir dans un équipement d'éclairage séparé, mais cela coûte cher et il est possible de le louer si vous en avez besoin. Comme la plupart des caméras produisent des images de qualité même dans des conditions d'éclairage relativement faible, vous vous apercevrez que vous aurez rarement besoin de matériel spécialisé.

Autre équipement conseillé

- Sacoche de transport avec un siccatif pour garder la caméra au sec
- Housse imperméable (si vous utilisez la caméra dans des conditions humides ou pluvieuses) ou un coffret Pelican (coffret robuste et étanche qui protège la caméra contre les chocs et l'eau)
- Batteries (choisissez leur durée en fonction de la facilité d'accès que vous aurez à un secteur d'électricité)
- Un trépied (soit un trépied pour appareil photo/caméra vidéo soit un trépied pour vidéo à tête fluide)
- Microphone(s) (voir la section ci-dessous sur les microphones, pp. 124-126).
- Casque d'écoute
- Filtre coupe-vent pour microphone (pour réduire ou éliminer le bruit du vent)
- Panneau réflecteur (pour en savoir plus, vois ci-dessous p. 118)
- Garantie étendue
- Assurances

Quels sont les différents formats de caméras vidéo ?

Les caméras vidéo ou « caméscopes » sont de toute forme et de toute taille. Elles sont cataloguées selon le type de bande qu'elles utilisent et la norme sous laquelle elles fonctionnent (PAL ou NTSC). La plupart des caméras aujourd'hui sont numériques, bien que certaines caméras plus anciennes fonctionnent encore en mode analogique.

Il existe deux normes différentes de vidéo : NTSC ou PAL. En règle générale, NTSC est utilisé dans les Amériques et dans quelques pays d'Afrique et d'Asie, tandis que PAL est employé ailleurs. Le Brésil utilise une variante de PAL connue sous le nom de PAL-M. SECAM est une norme plus ancienne qui a dans l'ensemble été remplacée par PAL. Nous vous recommandons d'acheter une caméra qui sera facile à utiliser là où vous vivez ou travaillez et qui vous permettra d'échanger sans problème les séquences que vous aurez filmées avec vos collègues ou de les montrer en projection. Vous pouvez filmer avec une caméra NTSC dans un lieu qui opère en norme PAL, mais vous vous rendrez compte qu'il sera plus difficile de visionner les images ou de les échanger avec des gens qui utilisent la norme PAL à moins d'avoir un appareil de lecture et un téléviseur spécialisés capables de lire les deux normes. Certains réalisateurs décident de filmer en norme PAL même dans des pays qui utilisent NTSC, car la qualité de l'image est meilleure.

Si vous achetez une caméra, nous vous conseillons vivement d'acquérir un modèle numérique comme le MiniDV.

Formats numériques et analogiques de qualité supérieure

- *Caméras MiniDV* : Au cours des dernières années, les caméras numériques ont gagné en popularité. Elles fournissent une meilleure résolution d'image que les modèles plus anciens. Les cassettes MiniDV sont petites de taille et enregistrent en format numérique.
- *Caméras DVD* : Ces caméras utilisent la technologie DVD permettant d'enregistrer sur disque ou carte de mémoire. Ce nouveau format n'est pas encore très répandu.
- *Caméras DVCAM* : Ces caméras offrent des images plus stables et de meilleure qualité que le MiniDV. Ce format est utilisé de plus en plus souvent par les radiodiffuseurs. Les cassettes MiniDV peuvent en général être utilisées avec cette caméra légère.
- *Caméras HD et caméras 24P* : Ce sont de nouvelles caméras qui filment des images dans des formats qui sont compatibles avec la télévision haute définition et dont la vitesse d'obturation est plus proche du mode analogique, permettant un transfert plus aisé sur pellicule. Les deux sont des formats de haute qualité, qui sont utilisés de plus en plus fréquemment par les réalisateurs de documentaires.
- *BetaCam SP ou DigiBeta* : Les caméras BetaCam sont d'ordinaire utilisés par les radiodiffuseurs et offre une qualité d'image supérieure. Mais elles sont généralement très lourdes et encombrantes et coûtent cher. Le BetaCam numérique ou « DigiBeta » est un format de diffusion et de montage de haute qualité.

Les formats de cassettes les plus employés par les radiodiffuseurs sont le DVCAM, BetaCam SP et DigiBeta.

Formats analogiques plus anciens

- *VHS* : Ces caméras utilisent les mêmes cassettes que les appareils VHS. Elles sont grandes et lourdes à manier et les images filmées ne sont pas d'aussi bonne qualité que les formats plus modernes.
- *VHS*-C : Ce sont des caméras vidéos plus compactes que le VHS, mais la qualité de l'image est similaire. Il existe aussi des caméras S-VHS et S-VHS-C, qui offrent une qualité de l'image et du son supérieure à celle de VHS et VHS-C.
- *Hi8* : Les caméras Hi8 utilisent des cassettes 8mm, de taille plus petite, mais de qualité supérieure au VHS.

Batteries et alimentation électrique

Toutes les caméras fonctionnent soit sur secteur soit sur batterie amovible. Les caméscopes ont un indicateur de charge de la batterie intégré dans le viseur qui vous permet de savoir quand celle-ci doit être rechargée. Si vous utilisez un écran LCD ou un microphone externe sans ses propres piles, sachez que vous consommerez plus d'énergie. Assurez-vous toujours que votre batterie est complètement chargée avant de commencer à filmer et emportez une batterie de rechange et si possible, des adaptateurs qui vous

permettront de recharger les batteries de votre caméra sur l'allume-cigare d'une voiture ou une autre source d'énergie de 12 volts.

La plupart des batteries aujourd'hui sont des batteries lithium/ion. Il n'est pas nécessaire de les décharger complètement avant de pouvoir les recharger.

Protéger votre caméra et vos bandes vidéo

Protéger votre caméra

Les caméras fonctionnent mal dans des conditions extrêmes. Faites très attention au soleil et à toute autre source de chaleur. Si vous filmez en extérieur sous le soleil, gardez la caméra à l'ombre après la prise de vue. Afin de garantir une performance optimale dans un climat chaud et humide, songez à avoir sur vous un siccatif, comme un sachet de silicagel, et de le remplacer tous les 2-3 mois. Cela absorbera quelque peu l'humidité qui risque d'endommager votre équipement. Une alternative au silicagel, naturelle celle-ci, est le riz sec, non cuit, dans un sac poreux.

Les caméras n'aiment pas le sable ou la poussière : efforcez-vous donc de garder votre caméra propre en tout temps. Si vous filmez dans des conditions où il y a du vent ou du sable, vous pouvez protéger votre caméra à l'aide d'une housse. Prenez particulièrement soin de l'objectif en le nettoyant régulièrement avec un chiffon propre et rangez toujours votre caméra soigneusement dans une sacoche propre et sèche.

S'il pleut, veillez à ce que votre caméra soit bien couverte et qu'après usage, elle soit rangée dans sa sacoche avec un siccatif, comme l'eau peut en endommager les composantes électriques et rouiller le boîtier et les mécanismes. Faites aussi attention à l'eau sur l'objectif qui nuira à la qualité de l'image. Quand vous filmez sous la pluie, une ou deux gouttes d'eau sur l'objectif peuvent sembler inoffensifs, mais elles risquent de gâcher l'image et rendre le montage difficile.

Vous pouvez endommager de façon permanente l'objectif de votre caméra, si vous filmez en la pointant vers le soleil ou une autre source de lumière vive. Le diaphragme de votre caméra s'ouvre et se referme automatiquement pour laisser passer la quantité de lumière nécessaire pour enregistrer une image de bonne qualité. Si vous exposez brusquement votre objectif à une lumière vive, le diaphragme risque de ne pas pouvoir s'adapter assez rapidement. Dans le cas d'une source de lumière intense, ajustez votre exposition manuellement pour fermer le diaphragme ou placez un filtre sur l'objectif. Celui-ci permettra aussi de protéger l'objectif de la poussière.

Protéger vos bandes vidéo

Comme votre caméra, les bandes vidéo sont très sensibles et doivent être protégées des excès de chaleur, d'humidité, de poussière, de fumée et de saleté. Transportez-les toujours dans leur boîte et gardez-les à l'abri du soleil. Rangez vos cassettes verticalement comme les livres sur une étagère et pour éviter de réenregistrer par erreur sur une bande, tirez toujours la languette rouge en haut de votre cassette de « rec » (enregistrer) à « save » (sauvegarder), une fois que vous avez terminé de filmer. Gardez les cassettes loin des champs magnétiques et ne les laissez pas empilées sur ou près d'un téléviseur, d'un ordinateur ou d'un magnétoscope.

Etiqueter, dérusher et transcrire vos cassettes

N'oubliez pas d'étiqueter vos cassettes vidéos en notant le thème de ce qui a été enregistré, les noms des personnes interviewées, ainsi que la longueur et la date de l'enregistrement. Si vous vous trouvez dans un lieu où il serait dangereux de révéler l'objet de votre enregistrement, inscrivez quelque chose d'anodin sur l'étiquette et rappelez-vous ce que vous avez filmé pour pouvoir l'étiqueter par la suite. Les cassettes sans étiquette sont souvent égarées et risquent d'être effacées par un nouvel enregistrement. C'est pourquoi, à moins que vous ne vous trouviez dans une situation extrême, essayez de noter une information quelconque sur l'étiquette, même si ce n'est que la date. Si vous vous rendez dans un lieu dangereux, étiquetez vos cassettes avant de filmer, par exemple, au moyen d'une série de chiffres. Le dérushage ou la liste des plans et la transcription des interviews sur chaque cassette vous aideront à vous rappeler où se trouvent les images importantes et à décider comment raconter votre histoire. Pour un exemple de liste des plans et de transcription, voir annexe VI.

Rappel :

- *Protégez votre caméra et les bandes vidéo des températures extrêmes*
- *Poussez la languette rouge à « save »*
- *Etiquetez vos cassettes bien avant ou immédiatement après la prise de vue*

Code temporel et horodateur

Votre caméra numérique inscrit automatiquement un code temporel invisible et en continu (commençant à 00:00:00:00, heure/minute/seconde/image) sur la bande que vous êtes en train d'enregistrer. C'est un dispositif important au moment de choisir vos prises et de monter votre histoire, car il vous permet de dresser une liste des plans et d'identifier où se trouve votre matériel sur chaque bande. Il permet aussi à l'appareil de montage de retrouver aisément les plans (par exemple, une prise commence à 00:03:03:00 et finit à 00:00:15:00).

Soyez attentifs aux ruptures de code temporel

Avec les caméras numériques, des problèmes se posent souvent au moment du montage à cause de ce qu'on appelle les « ruptures de code temporel ». Celles-ci peuvent se produire si la caméra est éteinte ou si la cassette est enlevée, puis remise dans l'appareil. Dans ce cas, le code temporel se remet à 00:00:00:00 à l'endroit où vous avez interrompu l'enregistrement, ce qui en complique le dérushage.

Pour éviter la rupture de code temporel pendant la prise de vue, de nombreuses caméras ont une fonction « end search » ou « edit search ». La première rembobine la bande jusqu'à l'endroit où vous avez arrêté de filmer. La seconde vous permet d'aller, quel que soit l'endroit où vous vous trouvez sur la bande, au point le plus proche où vous

pouvez recommencer à filmer. Sachez, toutefois, que ces deux fonctions vous feront perdre quelques secondes de votre prise précédente.

Vous pouvez éviter les ruptures de code temporel pendant le tournage en enregistrant au préalable le code temporel sur l'intégralité de la bande avec le couvercle placé sur l'objectif. La caméra ne filmera que du noir, mais elle générera un code temporel ininterrompu du début jusqu'à la fin de la bande. Quand vous replacerez la cassette dans la caméra, celle-ci reconnaîtra et utilisera ce code temporel continu.

Il est aussi recommandé de ne pas rejouer vos séquences pendant que vous filmez – attendez que la cassette soit finie. Vous éviterez ainsi le risque d'une rupture de code.

L'horodateur

Disposer d'une information exacte concernant la date et l'heure est d'une importance vitale si vous cherchez à prouver, au moyen de la vidéo, le moment précis où un incident s'est produit. Pour de plus amples informations sur ce sujet, voir le chapitre 6.

Presque tous les caméscopes peuvent enregistrer en continu la date et l'heure pendant que vous filmez. Sur la plupart des caméras numériques, elles sont enregistrées comme une information digitale sur la bande sans être surimposée à l'image. Parce que la date et l'heure sont souvent importantes, assurez-vous qu'elles sont bien réglées au moyen du menu de la caméra.

LES TECHNIQUES

Toutes les vidéos sont faites de plans, de séquences et de scènes. Dans cette section, nous nous attachons particulièrement à vous donner une maîtrise solide des principaux types de plans et du développement des séquences élémentaires. L'une des façons de comprendre comment les plans, les séquences et les scènes s'imbriquent les uns dans les autres est de les imaginer comme les différentes structures d'un livre, tel qu'illustré dans le tableau 4.1

Tableau 4.1 Plans, séquences et scènes

Plan ⇩ Une suite de plans donne une…	Phrase ⇩ Une suite de phrases donne un…
Séquence ⇩ Une suite de séquences donne une…	Paragraphe ⇩ Une suite de paragraphes donne un…
Scène ⇩ Une suite de scènes donne une…	Chapitre ⇩ Une suite de chapitres donne un…
Vidéo	Livre

La composition et le cadrage de vos plans

Le cadrage est la façon dont une scène, une personne ou un objet est placé dans le cadre de l'image que vous filmez. Les spectateurs connaissent bien certaines conventions et il est important de comprendre quel est l'effet que les différents plans peuvent avoir sur eux. Si vous filmez le visage de quelqu'un en gros plan, vous tirez le spectateur à l'intérieur de ses pensées, ses émotions ou ses mots ; si vous filmez la même personne à distance, vous aidez le spectateur à comprendre le contexte dans lequel elle évolue.

Rappelez-vous que ce ne sont pas des règles absolues que vous devez à tout prix suivre – une fois que vous aurez compris comment les utiliser, vous aurez le loisir de savoir quand vous pourrez vous en écarter pour un plus grand effet.

Vous avez le choix entre de nombreuses possibilités, mais les plans suivants sont les principaux types qu'il vous faut connaître (voir figure 4.1) :

- *Très grand ensemble* (abrégé TGE, aussi appelé plan large, PL) : Ce plan est souvent utilisé comme un « plan d'introduction » ; il situe le spectateur non seulement dans un lieu, mais aussi dans une ambiance, un contexte ou une situation générale. Quand la scène change, songez à réorienter vos spectateurs au moyen d'un nouveau plan d'introduction.
- *Plan d'ensemble* (PE) : Ce plan montre une personne des pieds à la tête. Veillez à l'espace au-dessus de la tête et en dessous des pieds : un espace trop important semblera étrange.
- *Plan moyen* (PM) : Ce plan cadre une personne juste en dessous de la taille jusqu'à au-dessus de la tête. Ce plan est souvent utilisé dans les interviews.
- *Gros plan* (GP) : Ce plan cadre une personne du milieu de la poitrine à juste en dessus de sa tête et convient particulièrement aux moments importants ou émouvants d'une interview. Vous pouvez vous rapprocher, mais si vous sous-titrez votre interview, laissez assez d'espace sous le menton de la personne pour placer le texte à l'écran. Il vaut mieux perdre le sommet de la tête que le menton dans un cadre, surtout si la personne parle.
- *Très gros plan* (TGP) : Ce plan montre les détails. Un très gros plan dans une interview montrera juste les yeux ou la bouche d'une personne.



Figure 4.1 Différentes tailles de plan (Taw Nay Htoo)

Règle des tiers

Un bon conseil à suivre pour composer vos plans est la règle des tiers : imaginez votre champ (l'image que prend votre caméra) divisé en tiers, les actions et les objets étant placés à l'intersection des tiers verticaux et horizontaux. C'est là une approche beaucoup plus intéressante pour l'œil. Ne placez pas les gens que vous filmez au milieu du cadre simplement parce qu'ils sont importants. Il est préférable d'avoir l'horizon soit à deux tiers du haut du cadre soit à deux tiers du bas. Si vous filmez quelqu'un qui se trouve devant une scène plus étendue, placez la personne légèrement à gauche ou légèrement à droite du cadre, car cela lui permettra de parler vers la partie vide du cadre. Autrement dit, cela lui donnera de « l'espace pour le nez ».

Obtenir une image de bonne qualité

Mise au point

Créer l'image la plus nette possible est d'une importance vitale. Presque tous les caméscopes sont équipés d'un dispositif de mise au point automatique. Dans la plupart des cas, ce dispositif garantira la netteté des images que vous filmez et est très utile s'il n'y a pas ou peu de mouvement dans votre prise.

Quand utiliser la mise au point manuelle

Si vous filmez des objets multiples ou en mouvement ou des objets qui se trouvent au premier plan et à l'arrière-plan, le caméscope aura du mal à savoir ce sur quoi il doit se focaliser et vous livrera des images floues pendant qu'il essaie de se fixer sur un objet.

Dans ce cas, passez en mode manuel et réglez manuellement la mise au point pour une image nette du/des sujet(s) clé(s).

En cas de faible luminosité, le dispositif de mise au point automatique de la caméra cherchera un objet sur lequel se focaliser, parce qu'il a besoin d'une certaine quantité de lumière pour trouver les lignes et les angles qui lui permettent de choisir une longueur focale. Dans de telles situations, la mise au point manuelle est votre seule option.

Zoom et mise au point

A mesure que vous vous rapprochez avec le zoom, le champ des objets qui sont nets diminue. C'est ce qu'on appelle la profondeur de champ. Par exemple, si vous filmez une foule en plan large, vous vous apercevrez que vous avez une image nette de presque tout le monde dans la foule. Mais si vous faites un zoom avant pour obtenir un gros plan d'une personne dans cette foule, l'image des personnes au premier plan et à l'arrière-plan sera floue. Si vous voulez éviter cet effet, faites votre prise *en commençant* par un zoom avant sur la personne que vous voulez filmer, réglez la distance focale, mettez votre caméra en mode de mise au point manuel, puis faites un zoom arrière pour votre plan large. Quand vous ferez le zoom avant pour votre prise, la mise au point restera là où vous le voulez.

Le plan large est presque toujours net

La profondeur de champ dont vous disposez lorsque vous filmez en plan large est considérable (surtout si la luminosité est bonne). Si vous vous trouvez dans une situation où il y a beaucoup de mouvement et où les choses changent rapidement, efforcez-vous de maintenir votre plan large et d'obtenir les prises qu'il vous faut en changeant de place. Trop de prises importantes ont été ratées ou manquées parce que le caméraman perdait son temps à essayer de régler la mise au point au lieu de filmer.

Rappel :

- *La mise au point automatique est préférable quand il y a peu de mouvement et que la luminosité est bonne*
- *La mise au point manuelle est préférable quand il y a de nombreux sujets en mouvement et une faible luminosité*
- *Le plan large est presque toujours net*

Exposition

Tous les caméscopes sont équipés d'un dispositif réglant l'exposition automatiquement. Comme votre œil, le diaphragme du caméscope se ferme ou s'ouvre pour laisser passer la quantité de lumière nécessaire. Le caméscope ouvrira automatiquement le diaphragme ou élargira l'ouverture pour laisser passer plus de lumière ou se refermera pour limiter la

luminosité. En cas de très faible lumière, il « poussera le gain » pour vous donner une image plus granuleuse, mais néanmoins utilisable.

Vous pouvez contourner ces fonctions en passant en mode manuel ou en réglant le gain manuellement, mais il vous faudra constamment ajuster le diaphragme du caméscope. Si vous apprenez à filmer, il vaut mieux laisser vos contrôles en mode automatique : il est, en effet, facile d'oublier que vous avez changé le réglage quand vous faites plusieurs choses en même temps. Sachez aussi que la luminosité de l'écran LCD n'a rien à voir avec le réglage de l'exposition.

Balance des blancs

Différentes sources de lumière produisent une lumière de différentes « températures de couleur ». La lumière artificielle, comme les ampoules à incandescence intérieures, produit une teinte orangée, tandis que la lumière du jour est plus bleue. Le cerveau humain s'adapte à ces variations mieux que ne peut le faire une caméra. Ce qui semble tout à fait normal à votre œil peut avoir l'air orange ou bleu à votre caméra.

La plupart des caméscopes sont équipés d'un mécanisme de « balance des blancs » qui enregistre la température de la couleur de la source de lumière dominante et effectue l'ajustement nécessaire. Dans la majorité des cas, vous pouvez utiliser ce mécanisme. Certains caméscopes sont également munis de positions de balance des blancs prédéfinies pour différentes conditions d'éclairage. Si c'est le cas de votre caméscope, n'oubliez pas d'ajuster la position si les conditions changent. Vous pouvez aussi régler la balance des blancs manuellement en faisant un zoom avant sur une feuille de papier blanc or tout autre objet blanc de sorte qu'il couvre tout l'écran, puis en appuyant sur le bouton manuel de balance des blancs. Le mode manuel est particulièrement indiqué pour les interviews et les situations où il y a un mélange d'éclairage extérieur et intérieur. Cela dit, en règle générale, le mode automatique convient tout aussi bien.

Rappel :

- *La lumière artificielle donne une teinte orangée ; la lumière extérieure donne une teinte bleue*
- *Ajustez la balance des blancs, si vous utilisez les réglages prédéfinis ou manuels*

Lampes et éclairage

L'éclairage est utilisé pour illuminer un sujet et pour créer une ambiance ou tracer le contour de votre sujet et le définir. Un éclairage directionnel vif – lumière du soleil ou lampe de poche – illuminera un objet avec précision, mais risque aussi de créer des ombres intenses. Une lumière diffuse et tamisée – un jour de brouillard, par exemple – donne un éclairage plus général et plus doux et est idéal pour les portraits. Il vous faudra souvent travailler avec la lumière naturelle, qui est aussi moins chère et moins ostentatoire.

Il existe un nombre de termes communs pour décrire les sources de lumière, qu'elles soient naturelles ou artificielles.

- La « lumière dominante » est votre principale source de lumière. Elle se trouve sur le côté de votre caméra, tournée vers votre sujet et l'éclairant directement. Si vous avez la place, maintenez la lumière dominante à une distance de 3 à 5 mètres de votre sujet et votre sujet à plusieurs mètres de l'arrière-plan. La source de la lumière dominante se trouvera légèrement en dessus de votre sujet et tournée vers le bas pour un effet plus flatteur.
- La « lumière d'appoint » est utilisée pour éclairer les ombres créées par la lumière dominante et se trouve en général de l'autre côté de la caméra face à celle-ci de sorte qu'elle éclaire le côté opposé de la personne que vous filmez.
- La « lumière de fond » est une source de lumière définissante. Elle est souvent utilisée pour créer un contour de lumière afin de décoller le sujet ou sa tête de l'arrière-plan, surtout si l'arrière-plan et les cheveux de votre sujet sont noirs. Elle est placée directement derrière et au dessus du sujet que vous filmez et éclaire le derrière de sa tête et de ses épaules.

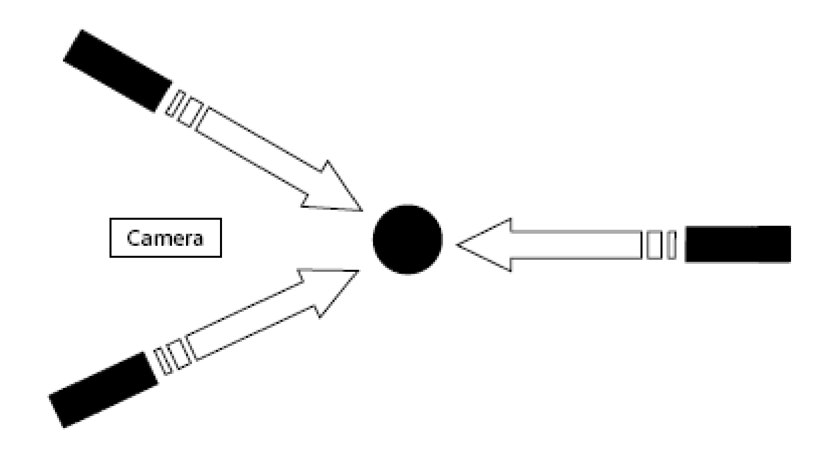


Figure 4.2 Disposition d'un éclairage en trois points

Lumière extérieure/naturelle

Le soleil est votre principale « lumière dominante » quand vous travaillez en extérieur. Pointer votre caméscope directement vers une source de lumière, surtout le soleil, peut l'endommager. En général, vous devez tourner le dos au soleil ou à votre principale source de lumière, mais il faut aussi éviter de positionner votre sujet de telle sorte qu'il plisse les yeux pendant qu'il vous regarde ou qu'il regarde la caméra.

Si vous placez votre sujet devant une source de lumière intense, le contraste pourrait être trop marqué. Les caméras grand public, en particulier, risquent de régler l'exposition sur le niveau de la lumière à l'arrière-plan et non sur celle qui entoure votre sujet, ce qui créera une silhouette autour de ce dernier. Quand vous le pouvez, utilisez la lumière du

jour qui est non seulement plus appropriée, mais aussi rend l'image plus « naturelle ». Un temps couvert peut être un bon jour pour filmer, car les nuages diffusent l'intensité de la lumière du soleil. Mais si le soleil ne cesse de disparaître et de réapparaître derrière les nuages, vous pourriez vous retrouver avec un éclairage inégal.

Luminosité faible et limitée

Si de nombreux caméscopes peuvent enregistrer correctement dans des conditions de faible luminosité, l'image qu'ils produisent est souvent de moindre qualité. La caméra s'ajuste en ajoutant plus de « gain », ce qui se traduit par plus de lumière, mais la qualité de l'image s'en ressent. Pour laisser passer plus de lumière à travers l'objectif, vous pouvez ouvrir le diaphragme/l'exposition ou réduire la vitesse d'obturation à 1/30 ou 1/60 (en NTSC) ou 1/25 ou 1/50 (en PAL) si vous utilisez un MiniDV.

Une technique utile en cas de luminosité limitée consiste à réfléchir les sources de lumière en dirigeant la lumière vers le mur ou le plafond et en la laissant rebondir sur votre sujet, ou à travailler avec la réflexion d'une source de lumière dominante. Pour ce faire, il vous suffit d'envelopper un morceau de carton d'une feuille d'aluminium et de vous en servir pour réfléchir la lumière du soleil sur votre sujet. Vous pouvez aussi utiliser une feuille de papier ou un bout de tissu blanc ou encore un panneau réflecteur bon marché. Sachez que le noir absorbe la couleur, tandis que le blanc la réfléchit.

La meilleure façon de comprendre la lumière est de commencer à regarder les objets et les gens autour de vous et d'essayer d'identifier les sources de lumière et de réflexion. La lumière est-elle douce ou intense, primaire ou secondaire, naturelle ou artificielle, reflétée ou directe ?

« L'éclairage peut produire des effets spectaculaires », dit le directeur de la photographie Steen Eriksen, qui a tourné dans la plupart des points chauds de la terre.

> *J'ai récemment filmé des interviews avec des parents de « disparus » en Irak. J'ai utilisé un arrière-plan noir et trois petites lampes dirigées sur différentes parties du champ de façon à ce que le visage de la personne interviewée soit illuminé. L'effet produit était saisissant et a aidé à évoquer la douleur qui hante ces personnes. L'emploi de trois lampes a contribué à réduire toute ombre potentielle sur le visage du sujet.*

Conseils :

- *Dans les situations de faible luminosité, les images seront de moindre qualité*
- *Les images filmées en contre-jour apparaissent en silhouette*
- *Une lumière plus douce est plus appropriée pour les portraits*

Comment tenir votre caméra et la maintenir stable

L'un des principaux atouts des caméscopes est leur légèreté qui les rend si faciles à transporter, mais cette même qualité est source de problèmes quand vous essayez de filmer des images stables. Les images les plus nettes sont celles qui sont faites en utilisant

un pied ou un trépied, mais n'oubliez pas que ce n'est qu'un outil pour stabiliser la caméra. Quand vous en avez la possibilité, utilisez un trépied pour vous aider à filmer des plans fixes et des mouvements stables. Un pied (un trépied à un pied qui est planté dans le sol pour en assurer la stabilité) vous permettra aussi de filmer des images stables, même si vous vous déplacez fréquemment et ne vous arrêtez que pour une prise ou une séquence unique.

Si vous n'avez pas de pied ou de trépied ou si vous décidez de filmer en tenant la caméra à la main, voici quelques techniques faciles qui vous aideront à stabiliser votre caméra.

Tenir la caméra

Il importe d'abord de savoir comment tenir la caméra correctement : tenez la caméra fermement avec la courroie de la poignée autour de votre main droite et utilisez votre main gauche pour stabiliser l'appareil. Selon la caméra que vous utilisez, la meilleure position pour votre main gauche est généralement en dessous de l'objectif, près des autres commandes dont vous auriez besoin, comme la mise au point manuelle. Ne placez pas votre main sur le déclencheur de la mise au point automatique qui se trouve sur le devant de la caméra.

Stabilité

Quand vous le pouvez, adossez-vous fermement à quelque chose de solide comme un rocher, un arbre ou un véhicule garé. Si vous êtes debout, gardez vos coudes serrés contre la poitrine pour stabiliser vos mains. Ce sera peut-être inconfortable au début, mais cela deviendra vite une habitude. Gardez votre équilibre en tenant vos jambes légèrement écartées. Si vous filmez en utilisant l'écran LCD, utilisez votre poitrine pour stabiliser la caméra. Si vous êtes accroupi, utilisez le genou levé pour vous soutenir le bras. Pour filmer des images en contre-plongée, couchez-vous de tout votre long avec les coudes sur le sol en guise de soutien. Vous pouvez aussi acheter une bandoulière pour accroître la stabilité de vos prises.

Rappel :

- *Evitez les tremblements de la caméra*
- *Tenez votre caméscope fermement*
- *Soutenez vos coudes*

Vos premières prises de vue

Maintenez l'image aussi immobile que possible pendant quelques secondes

Quand vous débutez, entraînez-vous à filmer de nombreuses prises de « natures mortes » avec votre caméra vidéo, surtout des gros plans de visages et de détails, et des plans fixes

stables. Maintenez ces prises immobiles pendant 15 secondes, même si cela vous semble une éternité de temps.

Pour chaque mouvement de caméra, veillez à filmer au moins cinq plans fixes qui sont stables pendant au moins 10-15 secondes. Dans un plan fixe, votre sujet peut se déplacer, mais votre caméra ne bouge pas ou elle fait des mouvements infimes d'ajustement.

Rappel :

- *Maintenez vos prises immobiles pendant 10-15 secondes*
- *Filmez des plans fixes avant et après les mouvements de caméra*
- *Pour chaque prise où vous déplacez la caméra, filmez cinq plans fixes*

Mouvements de la caméra: panoramique horizontal, panoramique vertical et zoom

Mouvements de base de la caméra

Il existe un certain nombre de mouvements de base de la caméra, qui calque la façon dont nous bougeons la tête et les yeux. Les mouvements panoramiques horizontaux sont ceux où la caméra pivote d'un côté à l'autre, tandis que les mouvements panoramiques verticaux sont ceux où elle pivote vers le haut ou vers le bas. Le zoom est utilisé pour se rapprocher d'un sujet ou s'en éloigner pour montrer le contexte plus large d'une image. Ces mouvements sont idéaux quand vous ne pouvez pas inclure l'intégralité de la scène dans une seule prise statique, telle qu'une foule ou une haute statue. Ils sont également utilisés pour couvrir les séquences d'action et pour montrer le lien entre plusieurs choses.

Panoramiques horizontaux et verticaux

Efforcez-vous de maintenir la prise immobile pendant 10-15 secondes avant un panoramique horizontal ou vertical. Cela permet au spectateur de déterminer ce qu'il est censé regarder avant que le mouvement ne commence. Pivotez *lentement* la caméra vers la droite ou la gauche ou vers le haut ou le bas à vitesse constante. Si vous la déplacez trop rapidement ou si vous ne maintenez pas la prise immobile au début et à la fin, l'image risque d'être floue. Quand vous vous arrêtez, maintenez la prise pendant 10-15 secondes à nouveau. Cela peut sembler long, mais vous en viendrez à utiliser le plan fixe aussi souvent que le mouvement en soi. En obtenant les trois prises – le plan fixe de départ, le panoramique et le plan final – vous vous donnez à vous et à votre monteur des choix au montage.

Un bon conseil pour la vitesse des mouvements panoramiques, qu'ils soient horizontaux ou verticaux, est de prévoir environ 5 secondes pour permettre à un objet de traverser l'écran. Essayez de ne pas aller trop loin. Un arc naturel d'environ 90° est souvent le plus loin que vous puissiez aller sans désorienter votre spectateur. Moins, c'est souvent mieux. Si vous ne parvenez pas à montrer tout ce que vous voulez par un mouvement panoramique de 45°, pensez à vous repositionner. Une bonne façon de

garantir un panoramique sans heurts consiste à positionner votre corps (vos pieds) vers le point final du mouvement, puis à retourner le buste vers le point de départ. Cela vous permettre de « dérouler » votre corps dans un mouvement qui sera plus fluide et plus stable.

Evitez les mouvements de « tuyau d'arrosage »

Rappelez-vous qu'il est très facile d'abuser de ces types de mouvements de caméra et de donner le mal de mer à vos spectateurs s'ils voient trop de prises consécutives de ce type. Evitez surtout les mouvements de « tuyau d'arrosage » qui consistent à balayer une scène dans tous les sens pour la couvrir dans son intégralité (le « tuyau d'arrosage » décrit la façon dont un jardiner arroserait un parterre de plantes ou un pompier éteindrait un incendie). Il vaut mieux diviser la scène en plusieurs prises.

Rappel :

- *N'abusez pas des mouvements panoramiques horizontaux et verticaux et des zooms*
- *Evitez les mouvements de tuyau d'arrosage dans une scène*

Zooms

Les zooms sont effectués en ajustant manuellement l'objectif ou en utilisant le bouton motorisé à bascule du zoom. Le zoom crée l'effet visuel que l'on se rapproche ou s'éloigne d'une scène (dit aussi travelling arrière). Maintenez votre prise immobile pendant au moins 10-15 secondes avant et après le zoom pour donner le temps à vos spectateurs d'enregistrer la scène et pour vous donner le choix entre plusieurs prises au montage. Souvent, comme avec les autres mouvements de caméra, vous vous rendrez compte que c'est le plan fixe que vous garderez. Assurez-vous de l'avoir. N'oubliez pas que les gros plans filmés de loin amplifieront tout tremblement, même minime, de la caméra. Si vous voulez filmer un sujet en gros plan, rapprochez-vous (c'est ce qu'on appelle « un zoom avec les pieds »), si vous le pouvez, et faites un zoom avant pour créer un plan plus rapproché.

Si la caméra est équipée d'une fonction de « zoom numérique », il vaut mieux la désactiver. Cette commande utilise le logiciel intégré de la caméra pour « grossir » l'image, mais elle nuit à la qualité de l'image et rend votre prise souvent inutilisable.

Zoomer ou ne pas zoomer

Il est désagréable de regarder de trop nombreux plans filmés avec le zoom. Le zoom est d'ordinaire utilisé pour mettre l'accent sur un moment intime ou émotionnel ou pour mettre en relief un détail important d'un plan plus large. Avec le zoom avant, vous pouvez dicter ce sur quoi l'attention de votre public doit se porter. Avec le zoom arrière, vous pouvez d'ordinaire faire ressortir le détail d'une scène, comme le visage d'une personne, ou révéler une information qui n'est pas évidente au début de la prise. Comme

avec les autres mouvements de caméra, moins, c'est mieux. Un petit zoom avant pour souligner quelque chose ou un petit travelling arrière pour révéler le contexte seront sans doute plus utiles à votre histoire qu'un large mouvement de caméra.

Robert Brouwer est un réalisateur de documentaires sur les droits humains qui travaille maintenant pour Amnesty International. Il a passé plus de 10 ans à travailler en tant que caméraman en Amérique latine.

> *J'ai été formé en tant que photographe. C'est pourquoi quand j'ai commencé à filmer, il m'a fallu du temps pour comprendre comment utiliser les mouvements de caméra à bon escient. Je me rappelle avoir filmé un cortège funèbre pour les victimes des escadrons de la mort au Guatemala. Je suis allé voir après l'assemblage des images. J'ai regardé le monteur utiliser mon mouvement panoramique du cortège, avec une voix off sur le plan fixe du début qui expliquait ce qui se passait. Il a aussi utilisé un plan fixe d'une vieille femme pleurant avec un commentaire expliquant comment de nombreuses personnes étaient mortes. Il m'a dit qu'il aurait peut-être utilisé le zoom que j'avais fait, parce que c'était vraiment efficace, mais qu'il aurait eu besoin d'une prise immobile plus longue à la fin. Cela m'a vraiment appris pourquoi il fallait un plan fixe au début et à la fin de chaque mouvement.*

Rappel :

- *Faites un zoom avant pour un détail, un zoom arrière pour le contexte*
- *Rapprochez-vous de votre sujet pour les gros plans*
- *Filmez des plans fixes à la fin de chaque mouvement*
- *Faites attention au zoom numérique*

Vous déplacer avec la caméra

Marcher

Gardez vos genoux pliés et votre corps abaissé en tout temps. Cela vous aidera à éviter les mouvements de haut et de bas de la marche normale. Créez un sentiment de ralenti, de glissement. Posez chaque pied doucement et déplacez-le à ras du sol. Faites de même si vous marchez à reculons. Ayez quelqu'un qui marche devant vous pour s'assurer que la voie est libre.

Marcher en crabe et travelling

« Marcher en crabe » signifie marcher de côté. Soulevez vos pieds dans un mouvement lent de glissement avec vos genoux pliés, croisez un pied devant ou derrière vous et posez le pied fermement avant de déplacer l'autre. Le « travelling » se fait sur un véhicule, une chaise de bureau ou même un fauteuil roulant pour obtenir des plans en mouvement fluides. Si vous êtes assis sur quelque chose, utilisez l'accoudoir ou vos genoux pour stabiliser la caméra.

Rappel :

- *Gardez les genoux pliés*
- *Déplacez-vous lentement en glissant*
- *Utilisez des véhicules à roues pour le travelling*

Vous déplacer avec les gens que vous filmez

Si les gens marchent dans votre plan et que vous les suivez dans leur déplacement, veillez à laisser assez d'espace dans votre champ pour qu'ils puissent « y entrer ». S'ils se déplacent de droite à gauche, gardez-les plus à droite du cadre pour qu'ils aient de la place pour entrer à gauche. Sans cet espace, ils auront l'air de pousser l'image. Trop d'espace au dessus de la tête aura l'air étrange. Au lieu de cela, inclinez la caméra légèrement vers le bas : vous obtiendrez un plan beaucoup plus naturel quand il n'y a que peu d'espace entre le sommet de leur tête et le haut du cadre. A la fin du plan, laissez la personne sortir du champ.

Waldemar de Vries a filmé des reportages sur les droits humains dans toute l'Afrique.

> *J'ai une fois filmé une religieuse qui est retournée dans son église qui avait été détruite par les rebelles en Guinée. Je l'ai suivie alors qu'elle entrait dans l'église, gardant son visage dans le côté droit du cadre et ai déplacé la caméra vers le haut quand elle a regardé le soleil qui brillait à travers les trous que les balles avaient faites dans le toit dans le côté gauche du cadre. Quand j'ai visionné les images plus tard, elles évoquaient vraiment la destruction et l'effet que cela avait sur la religieuse.*

Direction et continuité

Cherchez à recueillir des images qui, au montage, créeront une continuité logique et crédible d'événements ou un sens de direction que les spectateurs peuvent comprendre. Par exemple, si vous filmez des gens qui marchent d'un endroit vers un autre, assurez-vous qu'ils se déplacent toujours dans le même sens. Sinon, vos spectateurs auront l'impression qu'ils marchent d'abord dans une direction, puis dans une autre. Si vous décidez de changer la direction d'où vous observez une action, veillez à utiliser un plan large pour resituer votre public.

Il en va de même lorsque vous filmez deux personnes qui se parlent. L'une d'entre elles aura son profil gauche dans le cadre, tandis que l'autre aura son profil droit, autrement dit, ils sembleront face à face pendant qu'ils se parlent. Si, par contre, vous filmez les deux personnes du côté gauche, il semblera qu'elles regardent toutes deux dans

la même direction. Cela donnera l’illusion qu’elles ne sont pas en train de se parler, mais qu’elles parlent à quelqu’un qu’on ne voit pas à l’écran.

L’importance du son

N’oubliez pas, le son constitue à peu près la moitié de votre histoire. Dans une interview où le succès de vos séquences dépend de la clarté de ce que dit la personne, le son constitue plus de la moitié de l’histoire. C’est l’histoire.

Même si vous avez filmé d’excellentes images, elles seront inutiles si le son est mauvais. *Utilisez toujours votre casque d’écoute* pour entendre précisément ce que la caméra enregistre. Notre ouïe élimine les sons que le microphone captera (par exemple un climatiseur ou le ronronnement d’un appareil électrique). Sans le casque d’écoute, vous ne serez conscient de ces bruits qu’au moment du dérushage ou du montage. De même, vous ne saurez pas si l’enregistrement audio déforme les sons forts. Si votre son est mauvais, il n’y a pas grand-chose que vous puissiez faire pour sauver vos séquences.

Soyez conscient de tout son qui risque d’interférer avec une interview ou le tournage dans son ensemble. Vous pourriez avoir quelqu’un qui vous aide à enregistrer le son, surtout si vous utilisez un micro externe.

Où que vous vous trouviez, pensez à la façon dont vous pourrez « justifier » des sons que vous ne pouvez contrôler en les incorporant dans l’histoire que vous racontez – par exemple, filmez les chèvres qui bêlent dans l’enclos devant la maison – et veillez à enregistrer des « sons sauvages » ou des « sons d’ambiance ». Il s’agit de 30 secondes à une minute du « son » d’un lieu de tournage qui peut être utilisé pour couvrir le montage sonore.

Le microphone de votre caméra

Le microphone intégré dans la plupart des caméras est omnidirectionnel, c’est-à-dire qu’il capte les sons venant de toutes les directions, privilégiant le plus fort. Ce sera peut-être suffisant pour une manifestation de rue ou d’autres activités générales. Si vous n’avez pas d’autre micro et que vous filmez une interview, rapprochez votre caméra aussi près que possible de la personne interviewée. Le micro intégré étant extrêmement sensible aux sons alentour, il vous faudra être dans un lieu aussi tranquille que possible – loin de la foule ou de sources multiples de son.

Microphones externes

Si vous travaillez avec une caméra, vous aurez en général une entrée micro externe qui contournera automatiquement le micro intégré. Certaines caméras exigent que vous régliez manuellement le micro que vous voulez utiliser : il importe donc que vous sachiez comment le faire. Si vous avez le manuel d’utilisation de votre caméra, référez-vous y. Sinon, quelques minutes consacrées à passer d’un micro à l’autre, pendant que vous écoutez avec votre casque d’écoute, devraient suffire à en saisir le fonctionnement.

Microphones tenus à la main

Les microphones tenus à la main peuvent être très utiles, parce qu'ils vous permettent de rapprocher la source du son très près d'une personne tout en vous donnant une certaine liberté de manœuvre avec votre caméra. Ces microphones sont souvent syntonisés avec les fréquences de la voix humaine et ont ce qu'on appelle un diagramme cardioïde (en forme de cœur) qui privilégie les sons proches du microphone. Ils sont très utiles lorsque vous interviewez des gens ou parlez à la caméra au milieu d'une foule.

Microphones directionnels ou « canon »

Si vous avez un microphone directionnel, il captera le son dans la direction dans laquelle vous le pointez, ce qui vous permet de préciser exactement la source de son que vous souhaitez enregistrer. Ce genre de micro est utile si vous avez besoin d'être flexible ou, par exemple, si vous devez enregistrer plusieurs personnes qui parlent au milieu d'une foule.

Microphones cravate

Lorsque vous enregistrez des interviews, essayez d'utiliser un microphone cravate ou lavallière. Ce sont de très petits microphones que vous pouvez fixer, à l'aide d'une pince, aux vêtements de votre interviewé, près de leur cou. Bien qu'ils soient souvent omnidirectionnels, ces micros capteront ce que dit votre interviewé. Veillez à ce qu'il n'y ait aucun objet qui fasse obstruction, tel que les cheveux, un bijou ou une étoffe lisse, qui pourrait entraver l'enregistrement.

Microphones sans fil

Au cours de ces dernières années, plusieurs microphones sans fil de haute qualité et peu coûteux ont fait leur apparition. Ces microphones/transmetteurs alimentés par pile, qui ont un récepteur correspondant qui se fixe sur la caméra, sont très utiles, parce qu'ils vous permettent de capter le son sans avoir besoin d'un câble ou d'une rallonge électrique et permettent à la caméra de fonctionner librement et indépendamment de l'enregistrement du son. Quand il est porté par une personne que vous suivez, un sans-fil captera sa voix et les voix des personnes qui l'entourent, même si la caméra se trouve à plusieurs mètres de là. Un sans-fil peut aussi être placé au milieu d'une pièce ou sur une table de conférence. Comme pour tout microphone, plus vous êtes près de la source du son, mieux c'est.

Il y a certaines circonstances dans lesquelles un micro sans fil est la meilleure ou la seule option que vous ayez pour obtenir le son dont vous avez besoin – par exemple, si vous filmez des gens qui se déplacent ou si vous essayez d'être discret pendant que vous filmez. Pensez, toutefois, à vérifier les piles, car il faudra les changer souvent. La distance, les interférences électroniques et les objets physiques peuvent nuire au signal ou l'interrompre. Il est vital de contrôler le son que la caméra reçoit d'un sans-fil.

Rappelez-vous aussi que certaines caméras peuvent aussi utiliser une combinaison de plusieurs microphones simultanément - par exemple, un micro canon et un sans-fil.

Rappel :

- *Apprenez à connaître les caractéristiques de votre micro*
- *Les microphones omnidirectionnels privilégient les sons les plus forts*
- *Pointez les microphones unidirectionnels directement vers la source du son et utilisez-les quand la source du son change rapidement*
- *Les micros cravates conviennent tout particulièrement aux interviews*
- *Combinez différents types de micros pour optimiser votre flexibilité et la couverture*

Bruit du vent

Il existe plusieurs façons de réduire le bruit du vent lorsqu'il souffle sur votre microphone. Tenez-vous le dos au vent pour le protéger ou tenez-vous à côté d'un coupe-vent naturel tel qu'un mur. Les microphones externes peuvent aussi être équipés d'un filtre coupe-vent pour réduire le bruit du vent. En outre, certaines caméras vidéo sont munies d'un commutateur coupe-vent appelé « wind noise » qui réduit le bruit du vent sur votre enregistrement vidéo. A défaut de ce commutateur et si votre microphone externe dépasse la longueur de votre caméra, essayez de placer une fine chaussette sur le microphone intégré à l'aide d'un élastique. Cela a certes l'air étrange, mais la chaussette réduira sensiblement le son du vent.

Acoustique

Si vous filmez en intérieur, soyez toujours attentif à l'acoustique de la pièce ou à la façon dont le son rebondit sur les murs. Les endroits comme les salles de bain ont tendance à réfléchir le son et à résonner fortement. Les pièces avec des tissus qui absorbent le son comme les tapis, les rideaux ou les meubles capitonnés sont préférables. Soyez attentifs à d'autres sources de son qui risquent d'interférer – musique, aspirateur ou le ronronnement du climatiseur. Baissez ces sons, si vous le pouvez, et s'il y a un bruit vraiment fort (comme un klaxon de voiture ou un avion qui s'envole), refaites votre enregistrement, sinon votre son sera inutilisable.

Erreurs fréquentes avec le son

- *N'oubliez pas de mettre votre casque d'écoute quand vous enregistrez une interview. De bonnes interviews ont été gâchées, parce que personne ne faisait attention aux niveaux du son et les bruits comme quelqu'un passant l'aspirateur ou un climatiseur sont passés inaperçus.*
- *Quand vous utilisez un micro unidirectionnel, veillez toujours à ce que le micro soit pointé vers la personne que vous voulez entendre. Certaines intervieweurs peuvent être tellement concentrés sur l'interview en elle-même qu'ils agitent le micro dans tous les sens ou le dirigent dans la mauvaise direction. Si la personne qui enregistre ne porte pas de casque d'écoute ou ne vérifie pas les niveaux de son, cela passera peut-être inaperçu.*

- *Les microphones externes sont inutiles, si vous ne les allumez pas ! Comme ils contournent le microphone intégré, certaines personnes ont enregistré des interviews sans son.*
- *Vérifiez la pile de votre microphone. Si possible, emportez une pile de rechange.*

Rappel :

- *Faites attention à l'acoustique*
- *Soyez attentif aux sons à l'arrière-plan*
- *Contrôlez toujours votre audio*

Exercice 4.1 : Qu'est-ce qui attire le regard ?

Si vous travaillez en groupe, voici un exercice simple pour démontrer que l'idée sous-tendant la prise de vue est simple. Il s'agit tout simplement de donner au spectateur les images dont il a besoin pour satisfaire sa curiosité et comprendre le contexte. Tout ce qu'il vous faut est un stylo.

Commencez à tapoter sur la table avec le stylo. Après quelques secondes, demandez aux autres ce qui a attiré leur attention en premier, puis ce qu'ils ont regardé ensuite. Il est très probable qu'ils vous répondront :

- Le stylo (ils ont recherché le point focal de l'action) - *Quoi ?*
- La personne qui tenait le stylo et son visage (ils ont recherché la raison) – *Qui ?*
- D'autres personnes dans la pièce ou autour d'eux pour voir s'il y avait une autre raison et pour comprendre la situation – *Où ?*

Cela se traduit facilement par un gros plan, un plan moyen et un plan d'ensemble. Avec quelques autres prises – un plan moyen filmé depuis le côté et peut-être un plan par-dessus l'épaule (où la caméra se trouve derrière la personne et regarde par-dessus son épaule pour filmer ce qu'elle fait) – vous avez de quoi assembler une séquence en toute confiance.

Si vous le voulez, essayez de filmer ces images avec votre caméra et visionnez-les sur un téléviseur ou un écran afin que les participants puissent voir comment les plans se rapportent à la question qu'ils décrivent.

Exercice 4.2 : Exercez-vous avec votre caméra

Dans cet exercice, vous apprendrez à filmer une activité brève et répétitive en vous assurant que vous avez tous les plans nécessaires pour monter une courte séquence et donner une idée de l'histoire. Vous aurez besoin de votre caméra, d'un trépied et d'un microphone.

Votre objectif est de filmer une personne effectuant une activité en lien avec le thème de votre vidéo dans son milieu. Choisissez avec soin la personne que vous voulez filmer, car dans l'exercice 4.5, vous serez amené à réaliser une interview avec elle. Vous devrez exprimer les aspects suivants :

- *Où* suis-je ?
- *Qui* est cette personne ?
- *Que* fait-elle ?
- *Que* pense-t-elle de ce travail ou quelle est sa motivation pour le faire ? Est-ce que je comprends pourquoi elle le fait ?

Il sera sans doute préférable que cette personne réalise une action répétitive, car cela vous permettra de la filmer sous des angles multiples et avec différentes tailles de plan. Chaque plan doit durer 15 secondes et si vous faites un panoramique horizontal ou vertical ou un zoom, n'utilisez qu'un mouvement par plan et commencez et finissez avec un plan fixe de 10-15 secondes.

Cet exercice a plusieurs objectifs. Vous devez veiller à avoir tous les plans dont vous avez besoin pour monter une séquence (c'est ce qu'on appelle la « couverture »), mais vous devez aussi avoir une séquence qui va au-delà de cela : il faut qu'elle raconte une histoire. Pour ce faire, il vous faut des plans qui montrent le *contexte* et des plans qui montrent *l'action* et les *détails parlants.*

Prenez votre caméra et filmez les images suivantes :

1. Etablir le *contexte* : Plan très grand ensemble extérieur du bâtiment où se trouve la personne ou de l'endroit où elle travaille, ou plan très grand ensemble extérieur avec mouvement panoramique vertical ou horizontal. Essayez de faire un panoramique de la rue ou du ciel vers le bâtiment/le lieu de travail.

    - Entraînez-vous à faire la prise avant de l'enregistrer afin que les plans avec lesquels vous commencez et finissez soient bien composés
    - N'oubliez pas de filmer un plan fixe de 15 secondes à la fin de chaque mouvement de caméra

    Ou essayez un plan d'ensemble extérieur/intérieur en regardant par la porte ou une fenêtre vers un endroit à l'intérieur. Si vous regardez vers l'extérieur, rapprochez-vous pour le PE.
2. Filmez *l'action* : Plans moyens de la personne qui fait quelque chose – assise à son bureau, lavant la vaisselle, faisant la cuisine, vendant des articles, écrivant, regardant la télévision, etc. Diversifiez les angles et essayez de capturer les différentes étapes du processus.
3. Captez *l'émotion* : Gros plans de l'expression de la personne pour communiquer ce qu'elle pense de son activité. Rappelez-vous qu'une histoire passe souvent avec force à travers l'expression sur le visage d'une personne.
4. Filmez le *détail parlant* : Gros plans de ce avec quoi la personne travaille ou à quoi elle est occupée – vous pourriez « vous mettre dans ses chaussures » (caméra subjective) de sorte que l'objet soit filmé de son point de vue (par exemple, dans une cuisine, ce pourra être la vaisselle qu'elle lave : demandez-lui de se déplacer de côté et filmez la pile de vaisselle sale ou vous pourriez aussi filmer par-dessus son épaule, etc.).

5. Réintroduire le *contexte* : Plan moyen de la personne faisant toujours la même chose et terminant la tâche. Enchaînez sur un plan d'ensemble de la personne finissant la tâche et si possible, sortant du cadre.

Révisez vos images : félicitations ! Vous avez tourné votre première scène. Ce que vous avez peut-être découvert, c'est qu'il y a souvent un peu de « mise en scène » dans un tournage de documentaire et que parfois, il vous arrivera de mettre en scène ou d'ajuster quelque peu une situation. Quand vous avez terminé de filmer, regardez vos séquences. Essayez de trouver quelqu'un qui ait de l'expérience de la vidéo pour vous aider à revoir les images que vous avez filmées.

Cherchez à voir :

Aspects techniques

- Quelle est la composition des images ? Pensez à la règle des tiers, à l'espace pour la tête et le nez.
- Vous êtes-vous souvenu de la règle des 15 secondes concernant le maintien de l'image immobile au début et à la fin d'un mouvement et l'enregistrement de plans fixes ?
- Vos prises sont-elles stables ? Avez-vous remarqué combien l'instabilité est accentuée avec le zoom avant ?
- Y a-t-il des éléments dans le champ de nature à distraire le spectateur ?
- Le premier plan et l'arrière-plan fonctionnent-ils ensemble ou non ? Par exemple, a-t-on l'impression que la plante dans le pot en arrière-plan sort de la tête de la personne ?
- La ligne de l'horizon est-elle droite ?
- Où se trouve la source de lumière dans le cadre ? Est-elle la même pendant tout le plan ?
- Avez-vous contrôlé l'environnement de tournage là où vous le pouviez ? S'il y avait des bruits intempestifs (aboiements de chiens, sirènes répétitives), avez-vous trouvé un moyen de filmer loin d'eux, de les faire cesser (demandé qu'on éteigne la télévision ou la radio) ou de les incorporer dans l'histoire en les filmant ou en les convertissant en plans de coupe ?

Aspects conceptuels

- Voyez-vous à la fois le contexte de la scène et les détails ?
- Essayez de baisser le son – l'action de la personne est-elle toujours compréhensible ?

Exercice 4.3 : Repérer les sons

Dans cet exercice, vous apprendrez comment un microphone capte le son différemment de la façon dont le fait votre ouïe. Il vous faudra votre caméra et tous les microphones que vous avez l'intention d'utiliser.

Il est très important d'habituer vos oreilles et vos yeux à des sons qui peuvent accentuer ou perturber ce que vous filmez. Où que vous soyez, arrêtez-vous et écoutez les sons qui vous entourent. Essayez de repérer les sons individuels. Il importe aussi de savoir comment vos microphones capteront les différents sons en fonction de leurs caractéristiques d'enregistrement.

Tout d'abord, écoutez les sons dans la pièce où vous vous trouvez maintenant. A votre avis, lesquels seront captés en premier par le microphone de votre caméra ? Vérifiez si vous avez raison avec votre caméra et le casque d'écoute. Entendez-vous des sons auxquels vous ne vous attendiez pas ?

Imaginez maintenant… Quels sont les sons qui seront captés par votre microphone dans les situations suivantes ?

- Un bureau au second étage situé en plein centre de la capitale de votre pays ?
- Une maison dans un village rural de votre pays ?
- Un camp de réfugiés à midi ?

Voici quelles pourraient être les réponses :

- Un bureau au second étage situé en plein centre de la capitale de votre pays : le ronronnement électrique du climatiseur, d'une photocopieuse ou d'un néon ; quelqu'un qui tape sur un ordinateur ; les téléphones qui sonnent ; le bruit de la circulation ; des ouvriers travaillant dans la rue.
- Une maison dans un village rural de votre pays : la télévision ou la radio allumée ; des bruits d'animaux ; la mouture ou le pilonnage du grain ; le bruit d'insectes comme des cigales ; les sons des villageois ou des enfants jouant dehors ; quelqu'un balayant ou nettoyant la maison.
- Un camp de réfugiés à midi : le son de quelqu'un qui lave le linge à une pompe d'eau ; un enfant qui pleure ; des gens qui coupent des légumes ; une marmite qui bout ; le bois qui craque dans le feu ; le son d'un véhicule qui arrive au camp.

Rendez-vous maintenant avec votre caméra et votre casque d'écoute sur un lieu de tournage possible pour votre vidéo.

Utilisez d'abord vos yeux et vos oreilles pour repérer et identifier les sons que votre microphone est susceptible de capter.

Ensuite, écoutez avec votre casque d'écoute et identifiez les sons que le microphone de votre caméra ou le micro externe est en train de capter. Testez plusieurs micros - si vous avez un micro externe directionnel, essayez-le. Pensez à la façon dont vous pourriez réduire les bruits indésirables en :

- Choisissant le microphone approprié
- Changeant le lieu de la prise de vue
- Cherchant à éliminer ou atténuer le bruit
- Trouvant un moyen de l'incorporer dans votre plan de tournage

Exercice 4.4 : Exercice de mouvement

Dans cet exercice, vous essaierez d'agir comme un « travelling » vivant, autrement dit vous vous déplacerez avec la caméra en suivant quelqu'un. Vous ferez ensuite le même exercice, mais en posant la caméra sur un trépied, le mouvement provenant uniquement de la caméra : pendant que la caméra bouge, vous ne changez pas physiquement de place pour suivre la personne. Votre objectif est d'utiliser le mouvement pour animer vos prises de vue, mais non pour distraire votre spectateur de leur contenu. Vous aurez besoin d'une caméra et d'un trépied.

Demandez à la personne d'entrer dans un nouvel espace et de choisir une activité différente. Essayez d'abord de marcher avec elle. Rappelez-vous de ne pas vous approcher de trop près. Marchez derrière elle, à côté d'elle, devant elle. Demandez-lui de marcher lentement ou ayez quelqu'un avec vous pour vous guider si vous marchez à reculons. Essayez de maintenir la personne au même endroit dans votre cadre et de vous déplacer à la même vitesse qu'elle.

En revoyant vos séquences :

- Pensez-vous que vous êtes trop près du sujet ? Avez-vous l'air de le poursuivre plutôt que de l'accompagner ? Est-ce qu'il sort du cadre, alors que ce n'était pas votre intention ?
- L'image est-elle stable ? Si ce n'est pas le cas, revoyez la section sur la façon de « marcher en crabe ».
- Si vous filmez quelqu'un, reste-t-il au même endroit dans le cadre pendant que vous vous déplacez ensemble ?

Note : Quand vous filmez de côté ou de derrière, vous pouvez insérer par la suite une voix off pour autant qu'on ne voie pas la personne parler à l'écran.

Maintenant, essayez cette séquence à nouveau, mais sans vous déplacer. Mettez la caméra sur un trépied et demandez à la personne de marcher plusieurs fois devant le champ de la caméra à partir de différents endroits. Utilisez différentes tailles de plan : faites un panoramique horizontal, un vertical ou un zoom pour la cadrer alors qu'elle traverse votre champ et sort de l'image. Laissez-la toujours sortir du cadre, car il vous sera plus facile d'assembler vos plans au montage.

FILMER L'HISTOIRE

Maintenir l'intérêt de votre public

Le travail le plus important pour n'importe quel narrateur est de maintenir l'intérêt du public et d'éviter de l'égarer quant au temps, à l'espace, au point de vue ou au fil narratif. Indépendamment du caractère passionnant d'un sujet ou d'une histoire, il nous appartient de présenter cette histoire d'une façon qui fasse appel à l'intellect du public, à ses émotions, son sens de l'humour et son sens de la justice, sans simplification excessive ni représentation irresponsable des personnes ou des situations qui y sont dépeintes.

Pour demeurer intéressés, les spectateurs doivent savoir *où* ils sont, *ce* qu'ils voient et *qui* est impliqué. Ils doivent savoir qui ils écoutent et de quoi parle l'histoire. La composante la plus élémentaire dont vous disposiez pour guider vos spectateurs est la séquence : une série de plans qui montre le contexte et les détails d'une action, d'une personne, d'une situation ou d'un lieu, présentés de façon à ce que cela ait un sens. Dans son ensemble, votre histoire est une série de séquences différentes, souvent structurées avec un début, un milieu et une fin.

Filmer une séquence

Ayez toujours présent à l'esprit l'histoire que vous voulez raconter, comment vous prévoyez de l'introduire et comment vous présenterez le sujet ou le personnage. Songez au développement de votre sujet ou personnage, à ce qui lui est arrivé et comment vous pouvez l'illustrer.

Par exemple, si votre histoire consiste à suivre une équipe de médecins légistes qui exhume des restes d'une fosse commune, vous pourriez commencer avec un plan d'introduction de l'équipe et un gros plan de l'un de ses membres que vous suivrez. Montrez-le pendant qu'il remplit un formulaire, qu'il exhume des os du sol et qu'il essaie d'identifier un cadavre. Veillez à obtenir des gros plans, des plans d'ensemble et chaque étape du processus.

Si vous filmez en gros plan un os qui est délicatement prélevé du sol, enchaînez sur un plan de l'os dont on enlève la terre, puis de l'os placé dans un sac plastique et enfin, du sac qu'on étiquette. Etablir la séquence de vos prises et varier les angles confère aux images une dimension plus forte, plus contextuelle et plus réaliste. Vous pourrez ensuite filmer une interview du médecin légiste où vous lui demanderez ce qu'il faisait pendant ce processus ou ce que la preuve qu'il a recueillie indique. Au montage, vous déciderez si vous inclurez le son de sa voix sur les images qui le montrent au travail. Vous pouvez raconter une histoire très différente en filmant le même événement sous différentes perspectives ou selon ce que vous privilégiez et ce que vous décidez de laisser de côté.

Il est toujours très important d'être exhaustif quand vous filmez des gens qui font quelque chose. Prenez, par exemple, des fonctionnaires qui enregistrent des réfugiés à l'entrée d'un camp. Il vous faudra plusieurs plans différents pour expliquer la scène.

Vous aurez d'abord besoin d'un plan d'introduction pour planter le décor, suivi d'un gros plan d'un panneau portant le nom du camp. Vous pourriez ensuite filmer un plan d'ensemble d'un réfugié qui attend en ligne, suivi d'un plan moyen du fonctionnaire sur sa chaise écrivant le nom du réfugié. Vous pourriez ensuite aller derrière le fonctionnaire et filmer le réfugié qui se fait enregistrer et regarde le fonctionnaire, puis un gros plan de son expression.

Après quoi, vous pourriez revenir pour vous tenir du même côté que le réfugié et filmer un gros plan du fonctionnaire qui écrit. Vous pourriez enfin décider qu'un plan d'ensemble des deux aidera à raconter l'histoire. Essayez de capturer l'interaction du point de vue des personnes concernées. Pour réaliser une bonne séquence, il vous faudra capturer l'expérience de l'enregistrement du point de vue du réfugié et de celui du fonctionnaire.

Rappelez-vous que vous n'avez pas besoin de toujours filmer « en séquence », si les activités se répètent ou s'il serait plus facile de filmer un aspect de la scène à la fois.

Filmer les images nécessaires au montage

C'est à l'étape du montage, aussi connu sous le nom de « postproduction », que votre histoire est assemblée de sorte qu'il est impératif de savoir ce dont a besoin un monteur.

Quand vous tournez, vous aurez peut-être l'impression que vous répétez trop souvent la même prise, mais rappelez-vous, un monteur a besoin de plusieurs prises parmi lesquelles choisir. Diversifiez les plans – plan large, plan d'ensemble, plan moyen et gros plan – et variez les angles.

L'autre point essentiel dont il faut être conscient est qu'un montage et une réalisation de film efficaces tiennent à la compression du temps et de l'espace. Tout film, quel qu'il soit, ne nous montre jamais chaque moment de chaque action, mais seulement les moments clés qui nous permettent de nous situer. Des événements qui prennent plus de 20 minutes en temps réel peuvent être montrés en 20 secondes dans une vidéo et nous en acceptons la compression. Quand vous filmez vos images en vue du montage, vous cherchez à donner à votre monteur toutes les composantes dont il ou elle a besoin pour comprimer une séquence sans égarer le public.

Imbrication des plans les uns dans les autres

Le montage est efficace lorsqu'une multitude de plans est mise ensemble sans avoir l'air étrange ou détonant à l'œil. La façon dont ces plans s'imbriquent les uns dans les autres dépend du contenu et de la composition de chaque plan. Un monteur doit toujours contraster les images, mettant ensemble des plans qui ne sont pas trop semblables ni trop différents de sorte à éviter les « sauts de montage » discordants. Par exemple, un gros plan du visage d'une personne détonera avec un gros plan du visage d'une autre personne, mais s'accordera bien avec un plan moyen de la personne assise sur une chaise. Un plan d'introduction donnant une vue d'ensemble d'un camp de réfugiés ira bien avec un plan plus détaillé de quelqu'un faisant la cuisine ou allant chercher de l'eau.

Il est important de se rappeler les conseils suivants :

Observez la règle des 15 secondes

Filmez toujours un plan fixe de 10-15 secondes avant de commencer un mouvement avec votre caméra. Même si vous ne filmez qu'un sujet immobile, vous devriez toujours laisser s'écouler 10-15 secondes. Cela donne au monteur assez de matériel pour choisir et insérer un plan dans une séquence.

Enregistrez vos plans en mode « bracketing »

Le « bracketing » signifie filmer un sujet plusieurs fois afin d'obtenir le meilleur plan. Pendant votre prise de vue d'un sujet, essayez de filmer des distances focales longues, moyennes et courtes. Vous pourriez essayer de faire un zoom arrière, puis un zoom avant, ou un panoramique à gauche puis à droite. Le bracketing est utile pour tester la lumière, les mouvements et la distance d'un sujet.

Filmez des plans de transition et pensez séquence

Penser séquence ne veut pas dire que vous devez filmer vos plans par ordre de séquence, mais plutôt que tous les éléments chronologiques doivent être enregistrés sur la bande pour que le monteur puisse les assembler en une séquence logique, qui démontre un lien de cause à effet.

Par exemple, si vous filmez un cadavre qu'on transporte dans un bâtiment pour une autopsie, votre caméra doit le suivre. Pensez à ce qui doit se passer pour amener le cadavre dans cet immeuble. Ces prises aident le monteur à construire une séquence et à comprimer une action complexe en une suite de plans. Ces liens ou transitions font avancer votre histoire dans le temps.

Soyez attentif aux changements radicaux de temps

S'il commence à pleuvoir et que la plupart de vos prises sont au soleil, il sera difficile de les monter dans une séquence. Si la météo change et que vous avez le temps, « réintroduisez » votre scène (avec un plan d'introduction) dans les nouvelles conditions météo. De cette façon, le monteur n'aura pas à mettre un plan avec la pluie dans une séquence avec cinq autres plans ensoleillés.

Filmer les personnages

Une approche qui confère une force dramatique à votre histoire consiste à la raconter par l'intermédiaire d'un ou plusieurs personnages qui en représentent une idée abstraite : par exemple, les soins de santé pour les réfugiés, la fraude électorale ou les « disparus ».

Si vous interviewez quelqu'un, vous devez toujours vous attacher à filmer plus que la seule interview. Très souvent, la différence entre l'interview d'un expert et celle d'un véritable personnage dont le spectateur peut comprendre les sentiments réside dans le contexte que vous fournissez au moyen de séquences additionnelles le concernant. Les histoires articulées autour d'un personnage exigent de bonnes séquences d'action qui le montrent occupé à une activité et interagissant avec son environnement. Elles lui confèrent une profondeur, parce que nous le voyons dans plusieurs situations différentes.

La méthode de développement d'un personnage est simple : une fois que vous avez trouvé un personnage captivant, restez avec lui. Suivez-le tout au long de la journée, interviewez-le, filmez ses réactions dans différentes situations, filmez ses affaires personnelles et d'autres détails de sa personnalité.

S'il va d'un endroit à un autre, filmez son déplacement. S'il pleure, parle, interagit avec d'autres, filmez-le. Ce faisant, vous créez un personnage, quelqu'un qui n'a pas qu'une seule dimension et dont l'histoire individuelle pourra raconter l'histoire dans son ensemble. Avec la vidéo, beaucoup de « petits films » peuvent créer ensemble un grand film. Et c'est ce grand film que vous voulez que vos spectateurs se rappellent, longtemps après l'avoir vu.

Rappelez-vous, le « personnage » principal de votre film n'a pas besoin d'être une personne. Ce peut être un lieu physique ou un événement : un lac pollué, un village abandonné, un camp de réfugiés ou une manifestation politique. Ces choses ne sont peut-

être pas humaines, mais elles ont une « personnalité ». C’est cette personnalité ou cette ambiance que vous devez rechercher.

Personnages et continuité

Soyez attentif aux vêtements que portent vos personnages, parce que lorsque vous montez une séquence, les voir vêtus différemment n’aura pas un effet très heureux. Vous pouvez leur demander de porter les mêmes vêtements ou quelque chose de similaire si le tournage dure plusieurs jours, ou au moment du montage, vous pouvez décider de n’utiliser que le son de leur voix dans une séquence particulière.

Etude de cas : Expérience personnelle de développement d’un film autour d’un personnage

Je filmais un avocat de défense des droits humains, appelé Alirio Uribe, en Colombie. Il recevait souvent des menaces de mort, mais continuait de travailler pour défendre les autres qui étaient pris pour cible ou avaient été tués par les forces paramilitaires opérant illégalement dans le pays.

Il était important de filmer Alirio dans autant de situations que possible pour donner une idée de la façon dont il continue à vivre sa vie en dépit de cela. Dans la vidéo, Alirio apparaît d’abord sur le siège arrière d’une voiture, ce qui permet à la voix off de le présenter. La vidéo enchaîne ensuite sur un plan large qui le montre sortir de la voiture, entrer dans le bâtiment du tribunal et se rendre dans la salle d’audience. Le spectateur découvre le cas sur lequel il est en train de travailler.

Sur le chemin de retour à la maison, Alirio parle dans la voiture des menaces de mort qu’il reçoit. Nous le voyons le lendemain matin prenant son petit-déjeuner avec sa famille. Sa voix surimposée à ces images explique d’où viennent ces menaces et pourquoi. La scène suivante le montre avec sa femme au marché avant de se diriger avec sa famille vers un parc. Sa femme parle de ce que signifie le fait d’avoir un mari qui travaille en tant qu’avocat de défense des droits humains, vivant sous la menace de mort, et de l’effet que cela a sur leur famille.

Filmer une interview

Les interviews sont souvent les briques du film documentaire. Voici quelques étapes simples qui garantissent une bonne interview :

Choisissez un lieu de tournage

Rappelez-vous qu’il y a de nombreuses options quant au lieu où vous conduirez une interview. Les émissions d’informations traditionnelles utilisent souvent des plans moyens des personnes interviewées dans leurs bureaux ou dans un cadre neutre (c’est-à-dire sur fond de rideaux, de plantes en pot, etc.). Pensez à filmer les gens dans le lieu où s’est produit ce qu’ils racontent, chez eux ou en promenade. Les gens sont souvent plus

détendus s'ils sont en train de faire quelque chose plutôt que d'être simplement assis dans un cadre formel pour une interview. Pour certains, avoir près d'eux des photos ou d'autres objets qui ont un lien avec l'interview les aidera à parler.

La réalisatrice néerlandaise Heddy Honigman le montre très bien dans son film *Good Husband, Dear Son* (« Bon mari, fils chéri ») où elle interviewe les mères, les femmes et les filles des hommes qui ont été tués dans un village près de Sarajevo. Une femme tient la photo de son mari, une autre est assise avec les outils qu'il utilisait, tandis qu'une autre encore se tient debout dans la maison qu'ils ont construite ensemble : tout cela les aide à évoquer des souvenirs douloureux et permet au spectateur de comprendre mieux ce qu'elles ressentent.

Il se peut que vous n'ayez aucun contrôle sur le lieu où se déroulera l'interview, mais soyez attentif à ce qui mettra votre interviewé à l'aise et à l'environnement technique le plus approprié pour votre caméra. Guettez les bruits de fond ; regardez l'éclairage et ce qui se trouve derrière et autour de votre interviewé. Quelle histoire racontent-ils sur lui ?

Si besoin, et pour autant que la situation ne soit pas trop difficile émotionnellement, demandez à votre interviewé de réajuster ses lunettes ou de changer de chemise : une apparence peu soignée ou étrange risque de distraire le spectateur de ce qu'il dit ou de porter atteinte à sa crédibilité.

Etablissez un rapport avec votre interviewé et assurez-vous qu'il apparaît dans la vidéo en connaissance en cause

Dans une interview, il est normal que les gens se sentent mal à l'aise et il est très important d'être à l'écoute de leurs besoins. Ils peuvent avoir vécu des expériences traumatisantes ou politiquement délicates ou ils sont tout simplement intimidés par la caméra. Soyez conscient de l'incidence que les normes culturelles et les questions de communication interculturelle (si vous et l'interviewé venez de cultures différentes) peuvent avoir sur la situation.

Efforcez-vous toujours de mettre votre interviewé à l'aise avant de commencer. Beaucoup de gens peuvent être réticents à parler devant une caméra et il vous appartient de les aider à se détendre. Gardez toujours un contact visuel et accordez toute votre attention à la personne. Les gens ont souvent besoin de se mettre en train : commencez donc avec une question d'ordre plus général pour débuter l'interview. Demandez à chaque personne de dire son nom au début de l'enregistrement. Cela peut sembler évident, mais il peut y avoir confusion par la suite, surtout si vous interviewez plusieurs personnes d'affilée sur une même cassette.

Dans le chapitre 2, nous avons abordé la question du consentement donné en pleine connaissance de cause. Lorsque vous interviewez ou filmez des victimes et des survivants, il est particulièrement vital de leur expliquer l'importance du consentement.

Observez votre interviewé

Recherchez les détails physiques qui révèlent le caractère d'une personne : mains calleuses, posture embarrassée et nerveuse, absence de contact visuel, mouvements animés des mains pendant qu'elle parle. Il sera utile de penser à ces détails lorsque vous cadrez vos prises ; ils vous aideront aussi à identifier les plans que vous pouvez filmer

comme plans de coupe à utiliser au montage. Rappelez-vous, à moins d'avoir deux caméras, vous ne pouvez filmer deux choses à la fois et il vous faudra attendre la fin de l'interview ou de l'événement pour enregistrer certains détails.

Observez la façon dont votre interviewé réagit à la caméra. S'il gesticule pour souligner un point, il vous faudra peut-être filmer des plans plus larges. Les gens que vous filmez peuvent aussi se déplacer pendant qu'ils parlent. Guettez les premiers signes de tels mouvements afin d'être prêt à élargir votre plan ou à vous déplacer avec eux, une fois que l'interview commence.

Cadrez votre interview

Rappelez-vous toujours la règle des tiers quand vous filmez des interviews. Dans les gros plans, gardez les yeux de votre interviewé à un tiers du haut du cadre.

Veillez à ce qu'il ait assez de place pour parler. S'il regarde vers la gauche du cadre, déplacez-le plus à droite de votre viseur et vice-versa.

Si vous tournez une série d'interviews, ne filmez pas toujours vos interviewés du même côté de la caméra. Filmez certains dans le tiers gauche de votre cadre et d'autres dans le tiers droit. Ces variations garantissent la continuité et l'équilibre au montage final de vos images. Si vous savez d'avance que deux personnes seront utilisées pour donner des points de vue opposés, filmez l'une regardant vers la gauche et l'autre vers la droite. De cette façon, vous pourrez les juxtaposer avec un meilleur effet.

Que doit regarder l'interviewé ?

D'habitude, vous lui demanderez de regarder l'intervieweur qui est placé juste à côté de la caméra, près de l'objectif et en diagonale de l'interviewé. Si vous filmez et posez les questions, demandez à l'interviewé de regarder vers cet endroit plutôt que directement vers la caméra. Pour une interview plus conflictuelle, vous pouvez à l'occasion lui demander de regarder directement la caméra.

Les plans de bracketing dans une interview

Veillez à ne pas modifier les angles au milieu de la réponse que donne l'interviewé à une question. Déplacez votre caméra pour les plans de bracketing pendant que les questions sont posées ou pendant que l'interprète parle. Les monteurs apprécient ces plans de la même personne, car cela leur donne plusieurs choix au montage. Capturer des gestes expressifs de la main ou d'autres éléments visuels donne aussi une idée du caractère de l'interviewé.

Pensez à vos angles de vue

Filmer une personne à un angle de vue trop large (en plongée) les « aplatit ». Une interview filmée en plongée est efficace lorsque la personne marche ou explique quelque chose qui est également montré à la caméra. En pratique, un angle plus élevé « aplatira » une personne, tandis qu'un angle plus bas (contre-plongée) lui donnera l'air d'être plus

puissante. Dans la plupart des interviews, il est préférable de garder la caméra au niveau des yeux.

Conduire une interview : éviter les questions qui appellent une réponse par « oui » ou par « non »

Rappelez-vous que vous cherchez à obtenir de votre interviewé des réponses complètes que vous pourrez utiliser pour raconter votre histoire. La meilleure façon, pour ce faire, est de poser des questions ouvertes qui ne demandent pas une réponse par oui ou par non. Par exemple, si vous demandez, « Est-ce que les conditions de vie dans le camp de réfugiés sont mauvaises ? », votre interviewé pourrait simplement répondre : « Oui ». Mais si vous lui demandez, « Pouvez-vous décrire les conditions de vie dans le camp de réfugiés ? », vous obtiendrez une réponse sans doute plus utile. Les questions ouvertes comme « Parlez-moi de… » permettent d'obtenir des réponses complètes. Expliquez à vos interviewés comment incorporer vos questions dans leurs réponses.

Par exemple :

Question – Depuis combien de temps travaillez-vous dans ce centre ?

Réponse – Cinq ans.

Cette réponse sera difficile à monter. Vous devriez plutôt demander à votre interviewé de dire :

Question – Depuis combien de temps travaillez-vous dans ce centre ?

Réponse – Je travaille dans ce centre depuis plus de cinq ans.

Evitez de prendre parti pour ou contre votre interviewé. Cela ne signifie pas que vous ne pouvez pas faire preuve de compassion à l'égard de quelqu'un qui a été traumatisé ou qui a subi une violation des droits humains. Mais cela veut dire être impartial par rapport à l'information que vous recherchez. Soyez très attentif à ne pas poser de questions suggestives telles que : « Ne diriez-vous pas que c'est le gouvernement qui est responsable de l'interruption de l'approvisionnement en nourriture du camp de réfugiés ? ». Il vaut mieux demander : « Pouvez-vous m'expliquer qui est responsable de l'interruption de l'approvisionnement en nourriture du camp? ». La première question révèle votre point de vue et peut donner lieu à un oui ou un non. La seconde appelle une réponse plus détaillée.

Gardez toujours le silence pendant l'interview. Les intervieweurs qui émettent sans cesse des encouragements tels que « Hm hm » ou « Je vois » ont gâché plus d'une réponse à une question et rendent le montage plus difficile. Soyez attentif à ne pas interrompre votre interviewé et à ne pas perturber le flot de sa conversation.

Autres plans dont vous aurez besoin : les plans d'introduction

Dans chaque interview, outre l'enregistrement en soi, vous devez penser à situer l'histoire ou le contexte dans lequel l'interview prend place. Cela impliquera souvent de filmer un plan ou une séquence d'introduction, qui montrera votre sujet dans l'environnement où il sera interviewé, en train de parler avec son intervieweur en plan d'ensemble ou occupé à une autre activité, sur laquelle une narration audio pourrait être superposée pour le présenter.

« Quand vous interviewez quelqu'un qui est traumatisé, vous devez être très attentif à ce qui leur arrive », souligne Mariana Katzarova, qui est chercheur sur la Russie à Amnesty International. « Surtout si la personne raconte un incident ou une expérience traumatisante pour la première fois, il se peut qu'elle entre dans le menu détail et revive cette expérience d'une façon ou d'une autre. Vous devez être capable d'écouter et de mettre ses besoins avant ceux de l'interview que vous enregistrez. »

Rappel :

- *Pensez à la lumière, au son et à l'arrière-plan d'une interview*
- *Essayez toujours d'obtenir le consentement de la personne à la caméra à moins qu'il n'y ait des raisons de sécurité de ne pas le faire*
- *Observez votre interviewé*
- *Evitez les réponses par oui ou par non et ne posez pas de questions suggestives*
- *Gardez le silence pendant que votre interviewé parle*

Plans de coupe, plans de réaction, images de rouleau B et vérité

Les plans de coupe et les images de rouleau B constituent les éléments structurels du montage qui sont le plus souvent négligés et qui sont pourtant les plus importants pour un montage réussi.

Plan de coupe

Un plan de coupe est une prise, dans le cadre d'une interview ou de la scène principale, vers laquelle la caméra se détourne pour fournir une explication du personnage et du contexte de son histoire ou pour « masquer » le montage et aider à la construction d'une séquence. Un plan de coupe consiste généralement en un détail d'une scène – dans le cas d'une interview, il pourra s'agir des mains de l'interviewé ou du visage de la personne qui écoute. Il est plus facile de filmer un plan de coupe dans un contexte où les gens sont occupés à une activité et où vous pouvez faire un gros plan d'un détail. Il en va de même lorsqu'ils se trouvent avec d'autres personnes ou dans un lieu qui présente plusieurs autres prises potentiellement intéressantes. Il est, en revanche, difficile de filmer des plans de coupe dans une pièce sobre.

Pendant l'interview, vous pouvez choisir de garder la caméra fixée en permanence sur la personne. Une fois l'interview terminée, vous pouvez lui demander de rester où elle est et de continuer à parler pendant que vous filmez des plans de coupe des alentours immédiats et des détails de ses actions. Dans le cabinet d'un médecin, par exemple, vous pourriez faire un gros plan de son carnet à ordonnance ou de ses instruments médicaux posés sur le bureau ou encore filmer l'extérieur de son cabinet. Dans la maison de quelqu'un, ce pourrait être des photos d'individus dont l'interviewé parle, un objet de son pays d'origine, etc. Si quelqu'un tient quelque chose pendant qu'il parle, vous pourriez faire un gros plan de ses mains tenant cet objet. Si ses mains sont particulièrement expressives, après avoir terminé l'interview, posez-lui une question et filmer ses mains

pendant qu’il répond. Ce qui importe avec ces plans de détails, c’est qu’ils ne doivent pas inclure le visage de la personne afin qu’il soit plus facile de les insérer dans l’interview au montage.

Si une personne fait quelque chose pendant que vous la filmez – par exemple, si elle prépare des légumes pour un ragoût ou trie des papiers – il vous sera facile d’obtenir des plans de coupe en faisant des gros plans de cette activité qui pourront par la suite être assemblés en mini-séquences. Ces plans de coupe sont brefs et sont utilisés au milieu d’une interview pour dissimuler les ruptures de son et d’images au montage. Une autre possibilité pour un plan de coupe est un plan d’ensemble de la situation dans lequel le spectateur ne peut discerner ce que dit l’interviewé.

Image de rouleau B

Les images de rouleau B sont essentiellement toute séquence hors-interview qui servira à étoffer cette dernière et à raconter votre histoire. Dans n’importe quelle situation de tournage, vous devriez toujours chercher à obtenir des images/séquences qui se rapportent à l’histoire : par exemple, si un interviewé parle de la vie dans un camp de réfugiés, vous filmeriez des images des conditions de vie dans le camp, de gens qui travaillent, de gens qui préparent un repas, de l’état délabré des écoles, etc. Ces images serviront à « couvrir » aussi bien les interviews que la narration (c’est-à-dire à fournir des éléments visuels pendant que quelqu’un parle). Prenez des prises de tailles différentes – plans d’ensemble qui montrent le contexte, plans d’action avec une ou deux personnes occupées à une activité, mouvement panoramique à travers la scène et gros plans pour montrer des détails importants ou intéressants. Ces images peuvent aussi montrer les conditions et « parler d’elles-mêmes », à l’instar des images vérité. Une séquence visuelle dans le cadre de votre interview peut à la fois raconter l’histoire et fournir un moment de répit et de transition. Elles ne fournissent pas seulement une image visuelle de ce que dit la personne, elles apportent aussi quelque chose de nouveau et de complémentaire à la piste audio de l’interview ou à la voix off.

Images vérité

Les images vérité sont des images d’activités et de « la vie qui se déroule devant l’objectif ». Ce sont des images qui parlent d’elles-mêmes sans forcément nécessiter une voix off ou une narration pour expliquer ce qui se passe. Un exemple d’images vérité serait des images de policiers matraquant des manifestants lors d’une manifestation ou une scène où nous suivons quelqu’un qui se rend à pied à la pompe à eau d’un village loin de chez lui.

Ce sont les scènes générales et les images vérité de la réalité qui, entrelacées avec art dans une histoire, lui confèrent sa forme, son rythme et son tempo. Sans elles, votre histoire semblera sans relief, faite uniquement des « têtes parlantes » d’une interview après l’autre.

Pour chaque action, il y a une réaction

Les plans de réaction sont des plans forts, parce qu'ils placent une situation, une personne ou un événement dans un contexte plus large. Lorsque vous conduisez une interview dans un cadre public, soyez prêt à filmer les réactions de la foule ou des individus à ce qui se dit. Cela est particulièrement important dans les rassemblements politiques ou les manifestations. Dans les situations plus intimes, si quelqu'un raconte une histoire importante, filmez les réactions des autres personnes présentes, leur intérêt, leur préoccupation, leurs larmes ou leur bonheur. Une réaction est souvent teintée d'émotion, mais elle indique *toujours* à vos spectateurs que ce qu'ils écoutent est intéressant. (Si ce n'est pas le cas – et c'est ce que vous cherchez à dire – rien ne l'indiquera mieux que des plans de coupe de gens qui ont l'air de s'ennuyer). Rappelez-vous que vous n'avez pas toujours besoin de filmer vos plans de réaction pendant l'action principale ou l'interview – vous pouvez les filmer avant ou après si les gens continuent de se comporter de la même façon.

Laissez l'histoire suivre son cours

A partir du moment où vous avez une caméra vidéo entre les mains, soyez attentif à l'immédiateté que votre rôle exige. L'interview peut mal tourner, il commence à pleuvoir, la partie la plus poignante d'une histoire se produit lorsque vous avez le dos tourné ou encore l'interviewé parle d'un incident particulier que vous jugez plus important pour l'histoire que les autres prises de vue que vous aviez prévues. Soyez toujours attentif à ce que vous pouvez filmer pour illustrer votre histoire, même lorsque la caméra est éteinte.

Filmer des événements qui ne se produisent qu'une seule fois

Lorsque vous filmez un événement unique, vous devez penser de la même façon que si vous filmiez une activité, mais il vous faudra penser, agir et réagir rapidement à ce que vous voyez à travers l'objectif de votre caméra. Vous entraîner à filmer un événement en direct est aussi une excellente façon de perfectionner vos talents derrière la caméra. Parfois, vous déciderez de vivre cet événement à travers l'expérience d'une seule personne, en d'autres occasions vous voudrez des images plus « observationnelles ».

Si vous devez obtenir de bonnes images d'un événement particulier pendant qu'il se déroule, il vaut mieux filmer des plans larges fixes. Veillez à avoir les séquences nécessaires pour définir le qui, quoi, pourquoi, où et quand. Avant le moment critique, préparez-vous en tournant d'autres images de rouleau B et d'introduction qui aideront à expliquer les événements clés et qui pourront être obtenues séparément. Interviewez aussi les gens avant et après l'événement et demandez-leur d'expliquer ce qui se passe. Posez des questions simples telles que « Que se passe-t-il ici ? ». Ou si vous voulez obtenir une impression après l'événement : « Comment la réunion, l'événement se sont-ils passés ? ».

Par exemple, si VOUS filmez une manifestation et une bagarre éclate entre un policier et un manifestant, laissez la caméra tourner. Et surtout, filmez des plans larges pour montrer la scène dans son intégralité et en présenter une vue d'ensemble et incluez

des repères clairs de l'endroit où vous êtes. Efforcez-vous de stabiliser la caméra pour pouvoir monter ce matériel par la suite, si nécessaire.

Rappel :

- *Les plans de coupe et les images de rouleau B sont essentiels*
- *Les plans de réaction aident à communiquer l'intérêt et l'émotion*

Filmer une conversation, une rencontre ou une réunion

Une situation non dénuée de difficultés est celle qui consiste à filmer une conversation spontanée entre deux ou plusieurs personnes ou un grand rassemblement avec une seule caméra.

Ici, tout comme lorsque vous filmez une activité unique, vous devez utiliser des plans larges fixes pour introduire le cadre et garantir que vous réussirez à capturer les moments clés.

Pour une conversation, rapprochez-vous d'aussi près que possible pour inclure les gens qui parlent en plan large. A mesure que vous devenez confortable avec le rythme de la conversation, vous pourrez commencer à ne filmer qu'une seule personne. Quand la conversation se déplace vers quelqu'un d'autre, vous pouvez faire un panoramique vers lui ou un zoom arrière pour un plan large. Ne vous inquiétez pas si vous ne parvenez pas toujours à capter les premiers mots d'un nouvel interlocuteur - au montage, le plan s'attardera souvent sur la personne qui vient de parler ou celle qui écoute et vous pouvez couvrir l'absence d'images avec un plan de coupe. Des plans de coupe utiles dans ce contexte sont les plans de réaction d'autres personnes qui écoutent – rappelez-vous, ces plans et autres images de rouleau B qui plantent le décor ne doivent pas forcément être obtenus en même temps que l'action principale.

Dans un rassemblement, l'acoustique jouera souvent en votre défaveur. A moins de pouvoir enregistrer votre son directement sur le système de sonorisation (si l'orateur utilise un micro), il vous faudra être proche de lui et utiliser un micro directionnel qui sera dirigé sur lui et non sur le son ambiant de la salle. Si vous ne pouvez vous rapprocher suffisamment pour obtenir un son de bonne qualité, cherchez à filmer en plan large le cadre dans son ensemble avec l'orateur et le public, ainsi que les réactions de ce dernier, et à obtenir de bonnes interviews à la fin du rassemblement. Comme dans toute autre manifestation en direct, une bonne question à poser aux gens est « Qu'est-ce qui vient de se produire ? », suivie d'un silence pour laisser place à leur réponse.

Filmer discrètement

Chaque caméscope est équipé d'un petit voyant rouge qui s'allume chaque fois que vous appuyez sur la touche d'enregistrement : vous pouvez le dissimuler avec du ruban adhésif ou en tenant la caméra de façon à ce que votre main le recouvre. De nombreuses caméras vous donnent aussi la possibilité de le désactiver.

Pour filmer discrètement, assurez-vous que la caméra est réglée sur la mise au point automatique et complètement zoomée en arrière, puis tenez-la inostensiblement comme si vous la portiez tout simplement sur le côté. Si vous essayez de filmer une personne, il vous faudra peut-être incliner l'objectif légèrement vers le haut pour éviter de ne filmer que son torse et inclure sa tête dans le plan. Il est en général prudent de retirer ces cassettes de la caméra dès que possible après avoir filmé les images qu'il vous faut.

Il y a des considérations d'ordre éthique, légal et de sécurité dont il faut tenir compte lorsque vous filmez sans autorisation ou lorsque la ou les personnes que vous filmez n'en sont pas conscientes. Réfléchissez sérieusement à toutes ces questions avant de tourner des images clandestinement ou secrètement. Pour plus de renseignements, voir le chapitre 2.

Rédiger un plan de tournage

Dans le chapitre 3, nous avons parlé de la rédaction d'un plan de tournage comme l'une des étapes de la préproduction. Maintenant que vous êtes plus familiers avec les différentes tailles de plans et la façon dont les séquences sont construites, vous pouvez aussi préparer un plan de tournage de votre vidéo.

La rédaction de ce plan de tournage doit être faite sur la base des points suivants :

- Quelles sont les personnes que je dois filmer ? Est-ce que je les interviewe ou est-ce que je les suis dans leurs activités ?
- Quelle interview/dialogue, plan d'introduction, images de rouleau B, vérité et plans de coupe vais-je tourner avec chaque personne ? Quelles sont les autres images concernant cette personne qu'il me faut obtenir avant ou après l'avoir filmée ? Quelles séquences me faut-il filmer pour contextualiser mon récit et les gens qui y sont représentés ?
- Est-ce que je peux subdiviser tout cela en plans et séquences plus spécifiques ?
- Y a-t-il des sons supplémentaires qu'il me faut enregistrer sur le lieu du tournage ou obtenir ailleurs ?

Par exemple, si vous allez interviewer une mère qui a perdu trois fils sous une dictature brutale et des membres d'une organisation de défense des droits humains qui travaille à la découverte de fosses communes et au recensement des noms des « disparus », vous pourriez filmer les éléments suivants :

- Des plans d'introduction du pays qui permettront d'introduire le sujet et de raconter l'histoire de son passé récent : vues d'ensemble de scènes de la rue ou des anciens quartiers généraux de l'armée, des images du chaos de la transition ou de la présence continue des forces armées, par exemple postes de contrôle ou soldats dans la rue. S'il y a des traces de l'ancien régime, filmez cela aussi.
- La maison de la mère, qui pourra être un bon endroit pour filmer une interview avec des plans de coupe (prises courtes) de la mère regardant des photos de ses fils et des gros plans des photos et de son visage les regardant. Des plans de coupe de la maison et d'autres objets émouvants seraient aussi efficaces.
- Pour autant qu'il y n'ait pas de risques de sécurité, le bureau de l'organisation de défense des droits humains où vous pourriez conduire une interview, avec un plan d'introduction du bureau et des gros plans de dossiers et de photos des

« disparus », ainsi que des images de rouleau B montrant les employés de l'organisation au travail.
- Vous pourriez aussi visiter une fosse commune ou même conduire une interview avec un représentant de l'organisation de défense des droits humains sur le site où elle mène ses recherches. Vous devez toutefois vous assurer que ce sera faisable, que les preuves sur le site sont restées intactes et qu'aucun reste spécifique et identifiable n'apparaisse dans le plan.

Exercice 4.5 : Filmer une interview

Cet exercice vous permettra de mettre en œuvre tout ce que vous avez appris jusqu'ici concernant la réalisation d'une interview et le tournage de plans d'introduction, de plans de coupe et d'images de rouleau B. Organisez une interview avec la personne que vous avez observée auparavant occupée à une activité. Si possible, réalisez l'interview au même endroit où cette personne faisait cette activité, voire même pendant qu'elle est occupée à la faire. Amenez un volontaire pour vous aider à poser des questions et vous assister avec l'enregistrement du son. Votre objectif est de filmer une interview de 3 à 5 minutes avec des plans de coupe et des images de rouleau B pour couvrir l'interview et la narration qui s'y rapporte.

Etape 1 : *Introduisez votre plan ou séquence*

Choisissez votre lieu de tournage et une activité d'interview possible en utilisant les conseils présentés dans ce chapitre.

Commencez avec le plan d'introduction. Il s'agit habituellement d'un plan large au début d'une scène qui vise à informer les spectateurs d'un changement de lieu et de leur donner une idée de l'ambiance générale et de l'emplacement relatif des objets dans la scène. Ce plan est souvent utilisé pour montrer les éléments visuels lorsqu'un narrateur présente le sujet d'une interview.

Vous avez le choix entre les options suivantes pour votre plan (ou séquence) d'introduction :

- Plan d'action de l'individu dans le contexte
- Un mouvement panoramique de la rue vers votre sujet (interviewé) occupé à une activité
- Un plan large de l'environnement qui zoome lentement en avant sur votre sujet occupé à son activité
- Un très gros plan de l'action, suivi d'un zoom arrière ou d'un plan de coupe pour montrer l'image dans son ensemble
- Une séquence montrant la personne occupée à son activité

Etape 2 : *Filmez l'interview*

- Cadrez votre sujet en pensant à la composition et à l'éclairage. Assurez-vous qu'il n'y a pas trop de lumière de fond ni un reflet trop important dans ses yeux.

Trouvez vos plan moyen et gros plan, en gardant à l'esprit combien le sujet bouge ou gesticule pendant qu'il parle.

- Commencez votre interview – cherchez à obtenir 3 à 5 minutes d'images. Soyez créatif. Si la personne est en train de faire quelque chose, parlez-lui de ce qu'elle fait.
- Rappelez-vous de poser des questions ouvertes qui n'exigent pas « oui » ou « non » en guise de réponse. N'oubliez pas que les réponses de l'interviewé doivent se suffire à elles-mêmes, car vous n'utiliserez probablement pas les questions de l'intervieweur dans la vidéo définitive.
- Cinq à huit questions devraient suffire.

Etape 3 : *Filmez des plans de coupe et images de rouleau B*

- Filmez des plans de coupe en mettant l'accent sur ce qui entoure la personne, son langage corporel et ses gestes, ainsi que les détails de toute activité qu'elle a faite pendant que vous parliez.
- Tournez des images de rouleau B et des séquences vérité qui peuvent compléter les réponses de l'interviewé. S'il parle d'un endroit, d'une personne ou d'un événement, voyez si vous pouvez les filmer. Regardez ce que vous avez filmé dans le premier exercice et décidez quelles sont les images supplémentaires qu'il vous faut. Allez les filmer.

Revoir vos séquences

- Le cadre est-il stable et est-ce que l'interviewé reste dans le cadre ?
- Avez-vous utilisé des plans moyens et des gros plans ? Les gros plans sont-ils utilisés dans des moments plus émotionnels ou personnels ? La transition entre les plans de différentes tailles est-elle faite pendant une question de l'intervieweur de façon à ce que cela puisse être facilement coupé au montage ? Ou sans à-coups et imperceptiblement pendant la réponse d'un interviewé ?
- Est-ce que les questions sont impartiales, ouvertes ? Les réponses de l'interview se suffisent-elles à elles-mêmes ?
- Les plans de coupe sont-ils intéressants en soi ou purement fonctionnels ?
- Les images de rouleau B dont vous disposez complètent-elles l'interview et lui apportent-elles quelque chose de plus ou ne font-elles que « montrer » ce que la personne dit ?
- Avez-vous filmé des images supplémentaires pour compléter ce qui manquait à votre premier film ? Le résultat est-il satisfaisant ?

Exercice 4.6 : Filmer une activité

Prenez la même personne et pensez à quelque chose qu'elle fait tous les jours. Vous devez communiquer cela visuellement et ne pourrez pas utiliser ni ce qu'elle dit ni une voix off pour l'expliquer. Voyez si vous pouvez montrer cette activité en 10 plans. Dessinez les plans que vous voulez filmer – c'est ce qu'on appelle un story-board. Est-ce que cela montre l'histoire que vous voulez raconter ?

Par exemple, imaginez que votre ami travaille dans un bureau plein de monde, qui traite des milliers de dossiers de gens qui ont disparu ou ont « été disparus » sous un régime répressif. Chaque jour, des gens viennent dans son bureau avec des photos à la recherche d'un membre de leur famille. Un représentant de l'organisation s'assoit avec eux, ouvre un dossier sur le nom de la personne disparue et y attache sa photo. Pensez à une séquence qui montrera l'activité de cette organisation de défense des droits humains. Dessinez 10 plans que vous voulez filmer. C'est votre story-board. Révisez-le. Est-ce que cela montre l'histoire que vous voulez raconter ?

A titre d'exemple, la figure 4.3 montre à quoi ressemblerait ce story-board visuellement.

Exemple d'un story-board en 10 plans dans le bureau de l'organisation de défense des droits humains :

1. PE : Chercheur en droits humains est assis à son bureau en train de travailler et lève la tête
2. PM : Personne de l'autre côté du bureau est debout, puis s'assoit, zoom pour GP des mains qui se serrent
3. PE : Chercheur repousse sa chaise, se lève et va vers une armoire de classement
4. GP : Mains du chercheur qui regarde différents dossiers et choisit une chemise qui dit RAPPORT
5. PM : Personne de l'autre côté du bureau est montrée en train de parler de quelque chose avec intensité
6. PM : Défenseur des droits humains écoute attentivement et prend des notes
7. GP : Une section du rapport
8. PE des deux dans le cadre en train de parler de la section
9. PM par-dessus l'épaule du défenseur des droits humains, alors que la personne se lève et lui serre la main
10. GP du défenseur des droits humains qui referme le dossier

Pensez à une activité que vous voulez filmer. Essayez de dessiner le story-board que vous utiliserez pour la filmer.

Exercice 4.7 : Capturer l'atmosphère d'un endroit

Note : Un pied ou un trépied est recommandé pour cet exercice.

Votre objectif est de communiquer à quelqu'un qui n'a jamais été dans un endroit particulier l'atmosphère qui y règne et à lui donner une idée de la communauté des gens qui y vivent, y travaillent et y transitent. Allez sur place et observez l'endroit en début, milieu et fin de journée, ainsi qu'à d'autres moments clés (s'il y a un marché, par exemple, l'heure à laquelle il ouvre ou l'heure à laquelle prennent fin les cours à l'université locale et où tous les étudiants rentrent chez eux). Lors de chaque visite, restez au moins une demi-heure sur place et filmez ce qui se passe.

- Assurez-vous que vous obtenez toute une série de plans et d'angles. Quelle est l'ambiance de l'endroit ? Quelles sont les activités qui s'y déroulent ? Qui arrive et qui en part ?

- Les plans de très grand ensemble peuvent être très importants pour présenter un endroit ou relier des scènes qui se déroulent sur une certaine période de temps.
- Vous trouverez sans doute utile de choisir une personne dont les activités ont trait à cet endroit et de la suivre pendant une partie de votre tournage.

Les séquences qui illustrent l'atmosphère d'un endroit sont souvent utilisées au début d'un film pour relier les scènes ou à la fin comme séquence de clôture.

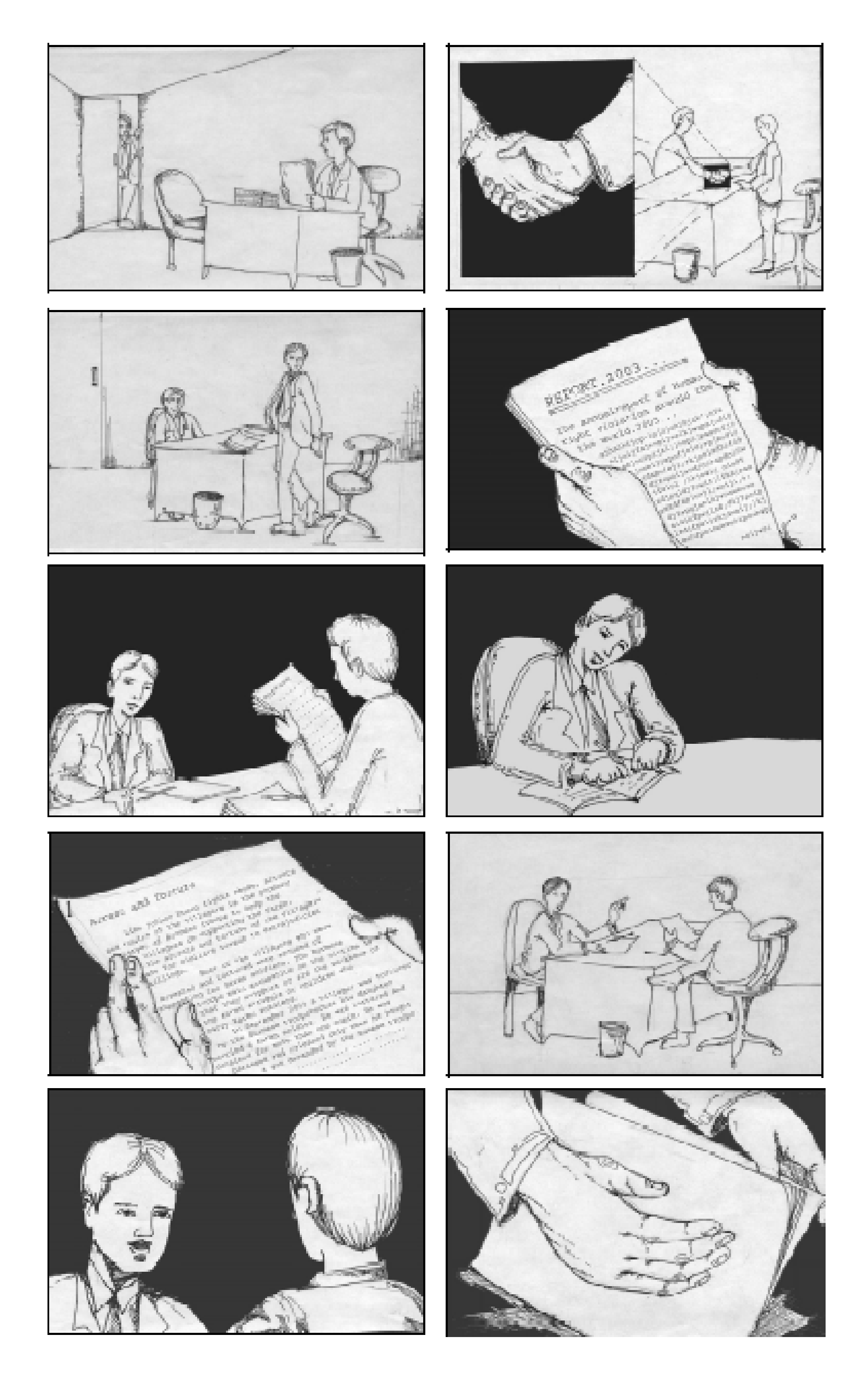


Figure 4.3 Exemple de story-board : Enquête sur une violation des droits humains (Taw Nay Htoo)

5

Le montage dans le cadre du plaidoyer

Katerina Cizek

Ce chapitre est un guide consacré au montage de vidéos de plaidoyer et visant différents publics, parmi lesquels une communauté locale, un public international, une cour de justice, un tribunal ou le spectateur en ligne. Conçu en tant qu'accompagnement aux manuels plus techniques de montage de vidéos, ce chapitre met l'accent sur les aspects particuliers au montage dans le cadre des droits humains, de la justice sociale et des questions humanitaires. Nous nous référons à des études de cas tirés des partenariats de WITNESS et au-delà pour illustrer les différentes approches à la création de vidéos qui visent à promouvoir le changement social à plus grande échelle.

INTRODUCTION AU MONTAGE DANS LE CADRE DU PLAIDOYER

Qu'est-ce que le montage ?

> Un film naît trois fois. La première fois, au moment de la rédaction du scénario, la deuxième au moment du tournage et la troisième, au moment du montage. (Le réalisateur français Robert Bresson[1]).

Le montage, ou postproduction, est le processus par lequel les éléments qui composent un film ou une vidéo – images, son, dialogues, musique et texte – sont tissés ensemble par le biais de la narration et de la juxtaposition afin de leur donner un sens. Ce stade est considéré comme l'étape qui requiert le plus de travail dans le processus de réalisation d'une vidéo ou d'un film. L'un des monteurs célèbres d'Hollywood, Walter Murch, observe que le montage « s'apparente un peu à la couture : vous cousez ensemble les pièces du film ».[2]

Le talent et la créativité d'un monteur peuvent faire ou défaire la qualité d'une vidéo – transformant des séquences amateurs en une vidéo forte et saisissante ou réduisant des séquences de qualité à une suite incohérente d'images et de sons. Comme il y a des milliers de façons de monter une vidéo, chaque éditeur assemblera les pièces de façon différente, s'attachant à créer un « tout » unique qui ait un sens.

Le montage est aussi une question de manipulation. Dans l' « Expérience de Koulechov », l'un des tout premiers réalisateurs russes a démontré que la juxtaposition de deux images sans rapport l'une avec l'autre pouvait évoquer des significations différentes. Dans le cadre de cette expérience, Koulechov a filmé un célèbre acteur russe, ainsi qu'un bol de soupe, une fillette, un ours en peluche et le cercueil d'un enfant. Il a ensuite monté le plan de l'acteur avec chacun des autres plans séparément, seul le plan de l'acteur restant le même. Quand les spectateurs ont regardé ces images, ils ont eu l'impression que le visage de l'acteur exprimait des sentiments différents, bien qu'en fait,

le plan fût toujours le même. Que ce soit voulu ou non, le montage crée de nouveaux niveaux de signification.

Qu'il s'agisse d'un film de fiction ou d'un documentaire, la version finale sera 25 à 50 fois plus courte que l'ensemble du matériel qui aura été filmé, et ce ratio peut aller jusqu'à 80:1 ou plus dans les documentaires qui utilisent beaucoup de séquences vérité. Vous avez peut-être filmé un événement particulier pendant plusieurs heures en temps réel, mais un montage efficace vous permettra de le montrer en quelques secondes. Il arrive aussi que vous ayez beaucoup moins de matériel et le défi sera alors de raconter votre histoire avec des moyens limités, ce qui est tout aussi possible. Dans tous les cas, le montage est un processus d'ellipse. Comme le dit Peter Wintonick, un critique des médias et l'un des principaux réalisateurs de documentaires au Canada : « Le montage est fondamentalement une question de compression du temps, que vous condensiez une après-midi en trois minutes, une année en 20 ou la vie d'une personne en 60. »

Il est important pour vous de connaître vos objectifs, votre public et vos intentions avant de vous lancer dans la réalisation et le montage d'un film. La définition de votre vision est un élément essentiel, même si, comme Bresson, vous reconnaissez qu'un film est recréé à chaque étape du processus. C'est pourquoi, lorsque vous réalisez une vidéo, il est bon de commencer à penser à la phase du montage avant même de débuter le tournage. Préparez un scénario et utilisez-le comme fil conducteur pour vous guider au travers des différentes étapes de la production. Cette vision et cette clarté en début de processus seront un atout pour la vidéo (pour de plus amples informations sur la planification préliminaire, voir les chapitres 1 et 3). Certains montages suivent de près le découpage technique du scénario et sont extrêmement structurés, alors que d'autres sont plus organiques et s'inspirent de ce qui a été filmé. Cela dit, dans la salle de montage, il est tout aussi important de suivre le scénario que de vous laisser guider par les images que vous avez devant vous, de les laisser vous parler. C'est là le défi du montage : établir un équilibre entre le scénario et la vision, d'une part, et la réalité du matériel qui existe, de l'autre.

Le montage pour le plaidoyer : l'importance du public

En quoi diffèrent les stratégies de montage, si elles sont destinées au plaidoyer ?

Dans le montage conventionnel, l'histoire est reine. Bien souvent, les monteurs conventionnels n'ont pas de rapports, ou peu, avec les gens ou sujets qu'ils filment. Dans le cas du plaidoyer, l'accent se déplace vers les points suivants :

- Parler à votre public
- Communiquer votre message
- Prendre en considération les questions d'éthique
- Respecter les gens sur qui ou avec qui vous faites le film

Il est évident qu'une bonne histoire joue un rôle essentiel pour remplir ces conditions, mais assurer un équilibre entre le sujet, le monteur et le public acquiert une acuité particulière dans le cadre du montage pour le plaidoyer.

Il y a des milliers de façons de monter un film et des milliers de façons de le monter pour le plaidoyer. Un public composé de jeunes ne réagira pas de la même façon que le

juge siégeant au tribunal. Lorsque viendra le moment d'examiner les différentes manières d'encourager vos spectateurs à « faire quelque chose », vous vous apercevrez peut-être que votre plus grand atout réside dans le pouvoir de l'art, de l'empathie ou de la persuasion ouverte, ou des trois à la fois. D'une manière générale, les images et les histoires sur vidéo – au-delà du mot écrit - ont une capacité sans égal à mettre un visage humain sur n'importe quel sujet, sur n'importe quelle histoire de droits humains. L'enjeu pour le monteur est de donner vie à cette histoire (pour une étude plus approfondie de la définition de votre public, voir le chapitre 3).

Dans le cadre du montage pour le plaidoyer, il est d'une importance vitale de prêter une attention particulière aux questions d'éthique ainsi qu'à d'autres préoccupations uniques à ce genre. Nous reviendrons plus loin dans ce chapitre sur les principales considérations qui s'appliquent à ce contexte.

Outre un message clair et le respect des principes moraux, le montage de vidéos de plaidoyer requiert des ressources : temps, équipement, travail et argent. S'il est vrai que vous pouvez faire beaucoup avec de l'imagination (troc, emploi de bénévoles, options petit budget et technologies traditionnelles), la dure réalité de la réalisation de films est qu'il y aura toujours des coûts incontournables. Un budget soigneusement établi et une planification méticuleuse avant d'entrer en salle de montage peuvent vous épargner, à vous et à votre organisation, bien des maux de tête et des surprises (voir le chapitre 3 sur la préparation d'un budget).

Dans les pages qui suivent, nous n'examinerons que certaines stratégies de « montage pour le plaidoyer » en tirant les enseignements des réussites et des échecs de monteurs et de défenseurs des droits humains à travers le monde. Nous espérons surtout vous inspirer de nouvelles façons de raconter des histoires qui comptent, des histoires qui amèneront votre public – quel qu'il soit – à se lever et à agir.

Qui est le monteur ?

Bien souvent, dans le contexte de défense des droits humains (et dans celui des petits budgets), la personne qui filme sera aussi seule responsable du montage. Il y a certains avantages à n'avoir qu'une seule personne qui travaille en tant que vidéaste et monteur, surtout quand le temps fait défaut. D'abord, le vidéaste/monteur connaît déjà le matériel filmé, les thèmes et l'histoire. Ensuite, le montage est la meilleure façon d'apprendre ce qu'il faudra filmer la prochaine fois. Les vidéastes débutants, en effet, oublient souvent de filmer, au-delà de la seule interview, suffisamment de représentations visuelles d'une histoire ou de plans de coupe. C'est dans la salle de montage qu'ils en viennent à se rendre compte de l'importance que revêtent ces séquences dans le processus de narration visuelle d'une histoire. Ils tirent rapidement les enseignements de leurs erreurs et sont mieux préparés pour leurs prochaines prises de vues. Enfin, troisième avantage, le vidéaste/monteur aura sans doute un contact plus direct avec les individus et communautés représentés, ce qui le rendra plus sensible aux dimensions éthiques du montage que quelqu'un qui en est plus éloigné.

Howard Weinberg, un producteur et conseiller auprès des chaînes de télévision américaines en matière de scénarios pour documentaires politiques et culturels depuis plus de 30 ans, recommande aux organisations de former plusieurs de leurs membres à la création de médias destinés à la distribution. Ils pourront ensuite travailler ensemble et

« se conseiller mutuellement. Il vaut mieux que quelqu'un d'autre fasse le montage que d'essayer de tout faire soi-même. Il est bon de se répartir les rôles ; on est moins solitaire. Vous pouvez découvrir de nouvelles idées en faisant des choses différentes ». Selon son expérience, lorsque deux personnes travaillent ensemble, le monteur est souvent celui qui ne s'est pas rendu sur le terrain et qui porte un regard neutre sur le matériel filmé. Mais, ajoute-t-il, « un monteur peut créer quelque chose qui n'était pas là. Le producteur qui était sur place doit donc veiller à ce que ce soit fidèle à la réalité. La relation et le dialogue entre le monteur et le producteur/réalisateur confinent les possibilités illimitées du montage. »

Sandrine Isambert a été monteuse attitrée de WITNESS pendant deux ans et demi. Dans le studio de montage, elle a travaillé selon le cas, seule ou en étroite collaboration avec des partenaires du terrain en visite. Elle raconte : « il est tellement plus agréable de travailler avec quelqu'un d'autre, de pouvoir rire et partager la même expérience ». Quand vous montez des images, « vous êtes constamment et simultanément tiraillé entre les individus dans la vidéo et vos spectateurs – pour déterminer ce à quoi ils réagiront ». Comme la plupart des spectateurs ne regarderont une vidéo qu'une seule fois, « c'est vraiment la première impression qui compte pour eux et c'est ce qui est difficile à garder à l'esprit quand vous avez vu les images tant de fois et que vous êtes profondément engagé dans l'histoire, quand vous comprenez ce que ressentent les individus qui y sont représentés ».

Un bon monteur a beaucoup de patience. Il doit être prêt à passer des heures dans une pièce sombre à visionner plusieurs fois de suite les mêmes séquences. Peter Weinberg décrit un bon monteur comme une personne capable de « repérer l'information et de l'organiser, qui a un sens du rythme et du flux de l'histoire et qui saura en traduire les émotions ». Quelle que soit la structure ou le contenu de la vidéo, cette faculté de comprendre les réactions émotionnelles que la vidéo suscite à chaque étape est un élément critique du succès de la vidéo. Pour les vidéos de plaidoyer, elle peut également être vitale au succès d'une campagne ou d'un procès en cours.

Un monteur doit être prêt à jeter au panier des semaines de travail au service de la vidéo, dit Franny Armstrong, une réalisatrice de films politiques au Royaume-Uni : « Parfois, vous devez éliminer une scène que vous aimez, parce qu'elle ne cadre pas avec le reste de l'histoire. Un monteur ne peut avoir un ego démesuré, il doit être prêt à se défaire de ses propres créations. »

Le travail d'un monteur implique des heures de prises de décision : la longueur d'un plan, l'utilisation ou non de la musique, la séquence des plans, etc. L'ironie de la chose, c'est qu'un travail de montage sans faille passera sans doute inaperçu du grand public. Sandrine Isambert nous rappelle : « En définitive, quand les gens ne disent rien sur le montage d'une vidéo, c'est qu'il s'agit probablement d'un bon montage. »

Exercice 5.1 : apprenez à identifier les éléments du montage

Cet exercice, qu'il est recommandé de faire en groupe, a pour objectif de vous donner une idée du montage qui se cache derrière un film.

Choisissez un film récent que vous avez aimé. Si vous avez accès aux films de WITNESS, vous pourriez regarder un extrait du film *Books Not Bars* (« Des livres, pas

des barreaux ») et le comparer avec le film *Operation Fine Girl* (« Opération jeune fille honorable ») pour voir deux styles de montage très différents. Vous retrouverez des versions abrégées de ces deux films en ligne à <www.witness.org>.

Commencez par vous familiariser avec la physionomie du montage. Asseyez-vous et regardez la vidéo : tapez du doigt chaque fois qu'il y a une coupure de l'image. Ensuite, faites la même chose avec le montage sonore. Ensuite, divisez le groupe en deux : une moitié tape dans ses mains lors des changements audio et l'autre lors des changements visuels. Vous vous rendrez vite compte qu'ils ne se produisent pas toujours au même moment. Efforcez-vous d'écouter attentivement afin de repérer ces changements, y compris les coupes audio qui peuvent être dissimulées par des plans de coupe ou des images de rouleau B.

Vous acquerrez rapidement une idée de la façon dont se fait le montage, de son rythme et du jeu des éléments visuels et sonores. Bien souvent, si vous n'y avez pas pensé auparavant, vous serez surpris du nombre d'éléments de montage que comprend même le film le plus simple.

Une variante de cet exercice est de demander aux membres du groupe de s'exclamer chaque fois qu'une source différente de matériel audio ou visuel est utilisée (selon la liste présentée dans le chapitre 3).

Conceptualiser un film en vue d'un meilleur montage

Il n'est jamais trop tôt pour penser au montage dans le processus de réalisation d'un film. Peter Wintonick, qui a commencé sa carrière de réalisateur de film il y a plus de 30 ans en tant que monteur, dit : « A chaque étape de la réalisation d'un film, pensez comme un monteur. » Ce qui veut dire penser à votre histoire et comment vous voulez la raconter avant de commencer à tourner afin d'être mieux préparé au moment d'entrer dans la salle de montage.

Joey Lozano souligne l'importance que revêtent un plan de tournage et un découpage technique pour un montage réussi :

> Le concept de l'histoire me vient d'habitude avant le tournage et me guide pendant que je filme. Après le tournage, j'établis la liste des plans afin de déterminer quels visuels sont bons et lesquels sont mauvais. Après quoi, je reviens à mon concept initial de l'histoire et je commence à écrire le script.

En y réfléchissant avant le tournage, vous vous prémunissez contre d'éventuels problèmes au montage et affinez votre histoire. Considérez les premières étapes comme une ébauche : les choses peuvent et doivent changer, mais il est bon d'avoir une vision à condition de rester souple.

Sam Gregory de WITNESS note :

> Un problème que nous rencontrons souvent est le fait que parmi les nombreux points de vue qui seront filmés lors d'un tournage, vous n'en retiendrez peut-être que quelques-uns. Il faut expliquer les décisions de montage au préalable, parce que ceux qui sont filmés s'attendent sans doute à figurer dans le film. Ils ne se rendent peut-être pas compte que 25 heures ont été tournées, mais que la vidéo finale ne durera que 10 minutes ! Vous devez donc expliquer

> qu’au montage, vous ne garderez qu’une fraction des séquences filmées et que vous ne pouvez être rigidement guidé par la politique de représentation. Il n’est pas possible d’inclure tout le monde et les protagonistes du film doivent être choisis en fonction de leur impact escompté sur le public cible, et non en fonction de leur envergure au sein de la communauté ou tout simplement parce qu’ils ont été filmés.

CONSIDÉRATIONS ÉTHIQUES DU MONTAGE

Lorsque vous passez à la phase de postproduction, vous vous éloignez souvent du contexte tangible du tournage, « sur le terrain ». Vous travaillez peut-être dans un studio loin de votre communauté ou vous collaborez avec un monteur qui n’a que peu ou pas de rapports avec les sujets que vous filmez. Vous consacrez désormais votre temps à vos séquences plutôt qu’à la situation sur le terrain. Pour toutes ces raisons, cela veut dire que vous prenez vos distances par rapport à la réalité concrète de la situation afin de pouvoir la « représenter » sur vidéo.

Vous êtes aussi seul avec votre matériel, souvent pendant très longtemps. C’est ce qui vous sépare de votre public, des gens auxquels vous communiquez votre message.

Le processus de montage présente un ensemble complexe de dilemmes moraux qui n’étaient peut-être pas présents au moment du tournage. En tant que monteur et défenseur des droits humains, vous devez vous pencher sur les conséquences potentiellement dangereuses de la façon dont le matériel est assemblé en salle de montage.

Respecter le sujet

Selon Ronit Avni :

> Il est crucial de respecter tous les engagements qui ont été pris pendant le tournage d’une scène ou d’une interview. Il peut devenir très tentant en salle de montage d’utiliser des séquences qui sont hors limite. Vous devez être très clair en ce qui concerne les paramètres du matériel. Pendant le montage, nous avons les outils pour manipuler, changer les mots, reconfigurer les points de vue sans le contexte. Cela peut aider à faire avancer les objectifs de la vidéo, mais cela peut aussi nuire à vos sujets ou mettre leur vie en danger.

Dans le contexte du plaidoyer, que ce soit vos séquences ou celles de quelqu’un d’autre, vous devez comprendre les conditions dans lesquelles le consentement a été obtenu. Si l’interview a été accordée à condition que l’identité de la personne ne soit pas révélée, vous devez prendre les mesures nécessaires afin de garantir son anonymat. Par exemple, la technique que vous utilisez pour dissimuler son identité doit être adéquate. Parfois, l’utilisation des effets numériques pour masquer des détails semblera suffisante dans la salle de montage, mais il n’en va pas de même au sein de la communauté – les vêtements et la voix d’une personne peuvent aussi révéler son identité (voir chapitre 2).

Culpabilité par association

L’acte du montage – placer une image ou un son à côté ou au-dessus d’un autre – est par définition un acte de juxtaposition. Celle-ci peut engendrer des problèmes moraux, que ce

soit sur le terrain ou chez vous, dont vous ne serez peut-être pas conscient dans la salle de montage. Ronit Avni se souvient d'un cas où les producteurs d'une vidéo ne se sont pas rendu compte du danger de la juxtaposition :

> Nous avons un jour fait le montage d'une vidéo sur une situation ravagée par la guerre. Nous avions décidé d'y représenter diverses parties du spectre politique. Quand nous avons envoyé la cassette aux sujets pour leur approbation finale, nous avons reçu un appel paniqué. L'un d'entre eux, qui opérait dans le cadre de la légalité, était terrifié à l'idée d'être dans la vidéo avec une autre personne considérée comme *persona non grata* par le gouvernement. Il a insisté pour que WITNESS supprime l'une ou l'autre interview, car garder les deux aurait été très dangereux. À la fin, nous avons mis tout le film au placard.

Le montage présente des situations dangereuses qui sont entièrement nouvelles. Même si un sujet a donné son plein consentement à une interview, il peut se sentir menacé par la façon dont le matériel est monté. « Dans le cas du montage pour le plaidoyer », souligne Ronit Avni, « il est extrêmement important de veiller par-dessus tout à la sécurité de tous ceux qui sont présentés dans le film. » C'est là l'une des grandes différences avec les nouvelles télévisées et la réalisation traditionnelle de films, où l'interviewé n'a pas son mot à dire quant aux autres points de vue représentés dans le film ou à sa structure éventuelle.

Sam Gregory est d'accord :

> Il peut y avoir conflit entre le montage dramatique et la représentation éthique, lorsque l'on fait une vidéo sur les droits humains. De quelle manière le langage visuel s'accorde-t-il (ou non) avec ce qui est dit ? Par exemple, lorsque vous mettez des images sur l'interview d'une personne, qu'expriment ces images au-delà des mots prononcés ? Vous devez être attentif à la possibilité que les images dramatisent excessivement les propos qui sont tenus. La juxtaposition du son et de l'image est cruciale. Est-ce que vous exagérez ce que dit l'interviewé ? En donnez-vous une représentation erronée ? Par exemple, est-ce que l'interviewé exprime un message de réconciliation, alors que les images que vous montez sur ses paroles sont violentes ? Il vous a fait confiance et compte sur vous pour ne pas faire un mauvais usage de ses propos, et vous ne devez jamais l'oublier.

Manipulation des émotions et dramatisation excessive

Dans le processus de montage, il est facile de banaliser un thème ou un sujet ou de le dramatiser excessivement. Tous deux peuvent poser des problèmes d'éthique pour les sujets et le public. Les producteurs peuvent aussi avoir le sentiment qu'ils doivent montrer la situation « sous son jour le plus mauvais » et se focaliser sur des images brutales plutôt que d'expliquer les raisons de la situation.

La tendance au montage peut être de pousser l'émotion dans les séquences pour les rendre plus dramatiques en utilisant, par exemple, une musique poignante sur images au ralenti et une narration lourde de sens et partiale pour être sûr que le message passera clairement – pour indiquer qu'il est question d'une grave injustice.

Si la musique, l'émotion et le drame font partie intégrante du langage de la réalisation de films, il vous faut cependant faire preuve de mesure quant à leur utilisation. Vous appuyez-vous sur des stéréotypes afin de manipuler vos sujets et votre public ? Prenez

l'exemple de nombreuses organisations caritatives qui utilisent des images d'enfants faméliques sur fond de musique déchirante en vue d'exploiter la pitié des spectateurs et de lever des fonds pour leur mission. Que dit ce type de représentation des enfants sans nom qui y sont dépeints ? Que dit-elle des spectateurs ?

Comme le dit Sam Gregory :

> La question est de savoir quel est le message que vous lancez : représentez-vous l'action ou le désespoir, l'optimisme ou le pessimisme, les victimes ou les survivants ? Donnez-vous l'impression que les sujets du film sont de malheureuses victimes qui ont besoin d'être sauvées ? Ou donnez-vous une voix à ces victimes… donnez-vous à une communauté un moyen d'action qui lui permette de contribuer à la solution ? Il est difficile, surtout quand vous recherchez des donateurs, de ne pas tirer sur la corde sensible. Mais c'est un cercle vicieux qui perpétue les perceptions erronées, si vous commencez à le faire. Les spectateurs finissent par se lasser et se sentir manipulés par ces images, et si vous représentez les gens dans votre vidéo comme des victimes, vous dépossédez précisément les personnes que vous cherchez à faire entendre.

En tant que monteur, vous êtes l'intermédiaire entre le sujet et le public. Vous avez le pouvoir de perpétuer les stéréotypes ou de plaider pour une nouvelle relation entre le public et les sujets sur un pied d'égalité. Comme le dit le photographe Lewis Hines, connu pour sa conscience sociale, à propos de sa carrière : « Je veux montrer les choses qui devraient être changées. Je veux montrer les choses qui devraient être admirées. » Laissez les sujets de vos films et votre réalisation montrer ces deux facettes.

Joey Lozano explique que son approche à l'activisme par vidéo a évolué au cours des ans :

> Si vous vous rendez dans une communauté qui n'a que des problèmes et aucune solution, vous finirez avec le genre de vidéo qui porte uniquement sur ces problèmes et vous risquez de ne montrer que le côté désespéré de la situation. Le fait de ne pas présenter un espoir à la communauté peut avoir des effets très préjudiciables… Dans le passé, à mes débuts, quand j'essayais de produire des vidéos, je tombais toujours dans le piège de représenter le côté désespéré de la situation. Ça ressemblait davantage à des vidéos de propagande qui peuvent être très utiles à certains moments, par exemple sous la loi martiale [aux Philippines]. C'était bien à ce moment-là. Mais je pense qu'il est temps de montrer les aspects positifs, les combats positifs des gens qui sont affectés par ce type de situation néfaste. Je crois que l'effet, pour les gens qui regardent ce genre de vidéo, est de leur donner envie d'essayer les solutions qui sont proposées. Et non d'être paralysés par des situations qui semblent sans espoir. Il serait donc bien qu'une vidéo montre le côté plus positif du combat des gens.

Objectivité par opposition à propagande

L'une des questions clés de la vidéo de plaidoyer est de savoir s'il faut présenter les deux côtés de l'argument. La tradition journalistique, notamment aux États-Unis, veut que l'on montre toujours ces deux côtés et que l'on offre une perspective clairement équilibrée, où les différentes positions reçoivent le même temps d'antenne.

Mais dans bien des cas, les vidéoactivistes ont le sentiment que l' « autre côté » (à savoir, le gouvernement, les figures d'autorité) a déjà eu suffisamment de couverture, étant fréquemment présenté à la télévision, dans les journaux et les autres médias. Ils

pensent que la vidéo qu'ils réalisent est leur chance de présenter leur point de vue, souvent pour la première fois. Pourquoi accorder plus de temps à l'autre côté, quand il est déjà couvert par tous les autres médias ?

Et pourtant, pour certains publics, il est très important de présenter un « journalisme objectif » et de donner la parole à l'autre côté. Gillian Caldwell explique :

> Faire cela revient à dire: « Nous avons donné à l'autre côté la possibilité de s'exprimer ». Cela dit aussi que nous avons entrepris toutes les démarches nécessaires et recouru aux mécanismes locaux et que cela n'a pas marché. Par exemple, si nous allons à la police et lui demandons pourquoi elle n'a pris aucune mesure, nous prouvons à nos spectateurs qu'il y a une politique d'inertie au niveau local et qu'il nous faut, par conséquent, remonter plus haut, au niveau national, voire international.

Dans certains contextes des droits humains, une telle approche permettra de démontrer qu'une action internationale est nécessaire, étant donné que tous les recours à l'échelon national ont été épuisés.

Présenter l'autre côté peut aussi conférer plus de poids à votre argument. Peter Wintonick observe que les gens « mettent souvent les pieds dans le plat ». Dans une scène classique du film *Manufacturing Consent: Noam Chomsky and the Media* (« Chomsky, les médias et les illusions nécessaires »), Peter Wintonick et son coréalisateur Mark Achbar ont alterné les points soulevés par Chomsky et ceux de l'un de ses détracteurs au *New York Times*. Wintonick note que c'est l'une des scènes les plus fortes de la vidéo, parce que la présentation de l'opposition ne fait que renforcer le poids des arguments de Chomsky.

Les spectateurs reconnaissent la propagande quand ils la voient. « Si vous utilisez une massue au lieu d'une touche légère, cela a en général un effet néfaste », avertit Peter Wintonick. Martin Atkin, un producteur à Greenpeace, est d'accord :

> Bien que vous cherchiez à faire passer un message, vous devez faire preuve de subtilité. À Greenpeace, j'essaie depuis quelque temps de mettre en sourdine la marque Greenpeace. Nous avons récemment envoyé une équipe en Irak pour enquêter sur la contamination par radiations due aux déchets radioactifs dans l'ensemble du pays. Nous avons envoyé un vidéaste et un photographe. Ils avaient le logo Greenpeace sur tout leur équipement, leurs t-shirts, leurs casquettes. Ils avaient le logo partout. Chaque plan que nous avons monté contenait ce logo. Quand j'ai essayé de placer ces images auprès des chaînes de télévision, elles ne voulaient pas les utiliser. Elles m'ont dit : « Si c'était Shell ou n'importe quelle autre marque de société, nous ne l'utiliserions pas. Alors pourquoi est-ce qu'on utiliserait la vôtre ? Pourquoi vous ferait-on de la publicité gratuite ? »

Gillian Caldwell réplique :

> La propagande pure est parfois exactement ce que vous recherchez ! Par exemple, dans les annonces d'intérêt public, vous n'avez que quelques secondes pour faire passer un message percutant auprès d'un large public. Vous devez dire ce que vous avez à dire et vous devez le dire vite. Mais si ça ne résonne pas, s'il n'y a aucun être humain auquel s'identifier, ça tombera à plat. Nous avons produit une annonce d'intérêt public vibrante en faveur de la ratification de la Cour pénale internationale qui a eu un fort impact auprès du public – et nous n'y sommes pas allés de main morte.

Don Edkins, du projet STEPS en Afrique du Sud, avertit :

Les campagnes de communication sur le VIH/SIDA en Afrique du Sud ont aujourd'hui tendance à rebuter les gens. Les affiches, les annonces d'intérêt public patentes ont un ton sermonneur. Les gens en ont assez, il y a une certaine lassitude. C'est pourquoi, en tant que réalisateurs, nous avons pensé à utiliser des histoires afin de ne pas avoir l'air de donner des leçons. Nous nous sommes dit : « Pourquoi ne pas créer des histoires autour de différents personnages ? ». Nous nous sommes aperçus que les gens réagissent davantage à des histoires vraies. L'autre chose que nous avons apprise, c'est que les gens aiment voir leurs propres histoires, tirées de leur propre communauté et filmées par leurs propres réalisateurs. Les gens veulent voir des vidéos sur l'endroit où ils vivent.

Ancienne école et nouvelle école : tradition ou avant-garde

L'une des questions débattues dans les milieux de réalisation de films de plaidoyer est celle de l'esthétique et de l'utilisation de la grammaire conventionnelle du montage. Dans les milieux activistes, la discussion tourne autour de l'équilibre à atteindre entre la percée de nouveaux horizons et le recours à l'esthétique, la réalisation, les techniques de narration et les styles de production traditionnels. Liz Miller demande : « Comment pouvons-nous présenter nos sujets au grand public, tout en le faisant de façon respectueuse ? Devons-nous utiliser une esthétique familière pour faire passer notre message ? Perdons-nous le message dans la foulée ? »

Quelle que soit la manière dont vous abordez les questions d'esthétique, d'innovation et de contournement des règles, l'important est de comprendre votre public et de savoir comment il réagira. Pendant le montage, vous devriez constituer un groupe d'individus qui ressemblent à votre public cible pour « tester » votre montage bout-à-bout dans le cadre de projections de travail avant de finaliser votre vidéo. Comprennent-ils ce que vous essayez de faire ? Y sont-ils réceptifs ?

Stephen Marshall de GNN observe :

Beaucoup de gens « de gauche » pensent que notre style (montage sur fond de musique dans le style des vidéos musicales avec des montages lourds et des effets spéciaux) donne la priorité au style par rapport au contenu, que nous délégitimons les questions que nous traitons. Je crois que c'est une excuse de leur part pour n'avoir pas appris à utiliser ce média. Notre public cible, ce sont les 20-35 ans. Je n'ai aucun espoir pour les gens de la génération de mes parents. C'est une véritable révolution de l'ordinateur de bureau. Et pourtant, il est incroyable de voir que si peu de groupes utilisent ces techniques révolutionnaires que nous offre la technologie pour inspirer toute une nouvelle génération. L'avantage de notre style, c'est que nous savons que notre public regarde nos vidéos en moyenne deux ou même trois fois. C'est une expérience complètement différente de celle du documentaire, par exemple, qui n'a qu'une seule chance de faire passer son message – parce que les spectateurs ne le regardent qu'une seule fois. Les grandes sociétés sont toutes en train d'exploiter cette vague pour attirer l'attention de la jeune génération et elles y travaillent dur. Nous devons donc nous mettre à la page et chercher à l'atteindre de la même façon.

Gillian Caldwell remarque :

GNN s'adresse à un public très précis, mais néanmoins important. Ses vidéos ne vont pas convaincre les décideurs, mais elles peuvent mobiliser des gens qui auront un autre type d'impact. Je pense que tous ces genres ont leur place et leur heure, et qu'ils peuvent se renforcer mutuellement même si leur présentation et leur impact peuvent être très différents.

Gérer les images violentes et difficiles

Immanquablement, quand vous travaillez avec la vidéo dans le contexte des droits humains, vous serez à un moment ou à un autre confronté à des images de violence, de torture, de souffrance et même de mort. Quelles sont les responsabilités du monteur par rapport à la gestion et à l'utilisation de ce matériel ?

Ronit Avni suggère les critères suivants :

> Si les images brutales mettent en lumière une situation dont un certain public cible n'avait pas conscience et si elles n'exploitent pas les gens qui y sont filmés, s'il y a un contexte, alors oui, utilisez ces images. Mais si elles sont utilisées, par exemple, dans une vidéo musicale (sans mise en évidence du contexte) simplement pour choquer et titiller, c'est problématique. Ce sont des questions difficiles, parce que l'art a parfois pour but de choquer et de titiller. Mais dans le cadre du plaidoyer, le contexte doit apparaître clairement. Les spectateurs apprendront-ils quelque chose de nouveau ? Qu'en penseront-ils ? Est-ce que ça les amènera à faire davantage que de simplement regarder la vidéo ?

Une image montrant la réalité dans toute sa brutalité, si elle est utilisée dans le contexte approprié, peut renforcer l'argument que la situation est grave et réelle et qu'elle a des conséquences réelles. « Ils se rendent compte que ce n'est pas Hollywood », dit Sandrine Isambert. Par exemple, dans les dernières scènes de la vidéo *Rule of the Gun in Sugarland* (« La loi du fusil au pays du sucre »), Joey Lozano a monté des séquences de Ananias Tahuyan, un membre de la coalition des peuples autochtones NAKATAMA, agonisant devant la caméra. Le reste de la vidéo avant cette scène établit le contexte entourant l'assassinat de Tahuyan. Depuis des années, les membres de NAKATAMA, une coalition de tribus autochtones des Philippines, sont harcelés, intimidés et même assassinés, dans le but de les empêcher de poursuivre par des moyens juridiques et pacifiques la revendication de leurs terres ancestrales. La vidéo indique aussi ce qu'un public international peut faire pour amener justice à NAKATAMA.

Étude de cas : utilisation de la musique et d'un montage hip-hop pour le plaidoyer

La courte vidéo musicale *Diamond Life* (« Vie de diamants ») est la première vidéo de Guerrilla News Network (<www.gnn.tv>). Montée sur fond de musique hip-hop, *Diamond Life* examine l'impact violent du commerce de diamants sur la vie en Afrique. La vidéo contient des images extrêmement brutales, en enchaînement rapide, et a été critiquée pour avoir délibérément tenté de choquer.

Stephen Marshall de GNN explique :

> *Diamond Life* est notre première vidéo. Nous voulions réaliser un documentaire interdit au moins de 18 ans ; nous voulions nous adresser à la culture hip-hop à laquelle nous sommes étroitement liés. Dans la culture hip-hop, les gens sont couverts de diamants. Nous voulions

montrer les expériences traumatisantes que subissent les gens en Afrique à cause du commerce des diamants. La vidéo comporte des scènes extrêmement violentes de meurtre et de torture commis par des enfants-soldats. Mais nous nous adressions à un public que nous jugions déjà insensibilisé et nous parlions aussi aux jeunes filles qui rêvent de leur premier diamant.

> Nous avons lancé notre organisation avec cette vidéo et beaucoup de gens sont venus nous dire par la suite qu'ils n'achèteraient jamais de diamants à cause de notre vidéo. Mais nous avons aussi appris de certains enseignants que les gosses se passaient la vidéo uniquement pour l'effet de choc. Nous sommes au milieu d'une guerre médiatique, parfois on tape dans le mille, parfois on passe à côté. Aucune stratégie ne va marcher à 100% tout le temps. Mais ce que nous voulions démontrer, c'est que malgré toute la violence que l'on voit dans les médias, la guerre elle-même tend à être édulcorée par ces mêmes médias et nous voulions dénoncer cela.

Si vous décidez d'utiliser ces images, Sandrine demande : « Le public pourra-t-il le supporter ? Quelqu'un se fait tuer devant la caméra. Vous ne pouvez en atténuer l'effet, vous ne pouvez le rendre plus dramatique. C'est très, très difficile. » La question clé est : avez-vous montré à sa juste valeur la vie de cette personne - et sa mort ?

Vous devez aussi veiller à tester la vidéo qui en résulte auprès d'individus qui ne travaillent pas dans le domaine des droits humains, car celles et ceux qui traquent les violations peuvent avoir oublié comment un public moins exposé réagira à des images de violence extrême ou de mort. Comme le souligne Sandrine :

> C'est très difficile, parce que quand vous travaillez dans les droits humains, ce n'est pas que vous vous habituiez à [des situations brutales, violentes], mais en tant que monteur, même si vous avez du mal à regarder ces images, vous devez le faire. Vous devez parfois vous rappeler que les gens ne sont pas habitués à ce genre d'histoires. Vous devez toujours essayer de vous mettre à la place de quelqu'un d'autre.

Les recherches ont montré que les gens réagissent aux séquences violentes en oubliant les images qui les précèdent ou le contenu audio de la séquence elle-même – évaluez donc le risque que ce genre d'images dans votre film nuise à la capacité de votre public à suivre l'histoire.[3]

Si vous décidez de monter une vidéo en incorporant des images brutales, vous devez aussi inclure une information dans la documentation d'accompagnement de la projection qui prépare les spectateurs à ce qu'ils vont voir. Vous pouvez aussi placer un carton-titre en début de film qui avertit les spectateurs de son contenu explicite ou violent.

Mais, fondamentalement, vous devez vous demander quel est le but que vous poursuivez avec l'usage d'images violentes. Quel message lancez-vous ? Le concept de « vortex traumatique » a été proposé par le psychologue Peter Levine pour décrire le processus en spirale qui amène une personne à revivre un traumatisme qui dépasse le cadre d'une expérience normale dans la vie. Les médias peuvent jouer un rôle néfaste en maintenant ce vortex quand ils reproduisent des images de violence.

Ronit Avni dit :

> L'une des raisons pour laquelle j'ai fondé Just Vision était que je voulais montrer des modèles constructifs de gens essayant de faire *quelque chose* contre la violence qui

> empoisonne Israël et la Palestine, et pas seulement de nouvelles images de violences, de violations et de persécutions. Le plaidoyer par vidéo ne doit pas nécessairement se concentrer sur la violence, les images qui font sensation, le renforcement du paradigme victimes/bourreaux. Cela dépouille tout le monde de sa capacité d'agir et déshumanise. Le monde a besoin de plus de modèles vivants, contemporains d'engagement civique, de leadership et de activisme. Les images sensationnelles laissent les spectateurs fixés sur la violence, obsédés par celle-ci, mais elles les dépouillent aussi de leur pouvoir d'action.

Exercice 5.2 : traiter la violence

La production de Guerrilla News Network, *The Diamond Life*, avait en tête un public très précis. Si vous en avez la possibilité, allez sur le site de WITNESS <www.witness.org> et regardez la vidéo qui se trouve dans la section Rights Alert. Quelle est votre réaction à la façon dont elle a été réalisée ? Analysez sa construction et la manière dont elle traite les images spécifiques de violence. Imaginez les différentes façons dont vous pourriez monter le même matériel pour un public différent. Que supprimeriez-vous ? Que voudriez-vous rajouter ? À votre avis, l'utilisation d'images violentes se justifie-t-elle ici ? Discutez en groupe de vos sentiments et de vos réactions à ces images.

Effets psychologiques d'images violentes

Le fait de regarder à plusieurs reprises des images violentes pendant le dérushage, la transcription et le montage du matériel filmé peut entraîner des effets affectifs et psychologiques. Les monteurs et autres personnes travaillant à la production peuvent éprouver de la culpabilité ou souffrir d'anxiété, de troubles du sommeil ou de cauchemars. Parfois, ces symptômes sont les manifestations d'un état psychologique bien connu, le traumatisme secondaire, qui est présenté plus en détail dans le chapitre 2. L'une des réactions fréquentes est le sentiment d'être le témoin d'un abus qu'on n'a pas les moyens de faire cesser.

Selon Sandrine Isambert, les monteurs, dans n'importe quel contexte, en viennent à avoir l'impression qu'ils connaissent intimement les sujets grâce au montage. « Je me sens particulièrement émue quand je monte des séquences de réfugiés », dit-elle, « parce que je me demande toujours ce qui leur est arrivé ».

Sandrine conseille :

> Vous devez faire des pauses fréquentes. Ce n'est pas toujours facile d'être dans le bon état d'esprit. Avec des images de guerre, de gens qui meurent devant la caméra, vous vous concentrez, vous retenez votre souffle en permanence. Vous regardez ces images maintes et maintes fois et vous devez rester détaché, alors que vous essayez de monter une séquence pleine d'émotion. Il est extrêmement difficile de conserver un équilibre.

Le respect du public, de la profession, des faits

Un bon monteur respecte le public. Entre la générosité de l'information et la condescendance, il n'y a souvent qu'un pas. C'est un exercice difficile que d'expliquer

les choses en détail sans traiter le spectateur comme s'il était inférieur ou manquait d'informations.

Être responsable veut aussi dire respecter les faits. Si vous les manipulez, vous nuirez à votre message, à vos sujets et à votre public. Sandrine insiste :

> Vous devez veiller à ce que vos informations soient tout à fait exactes. Vous ne pouvez vous tromper. Il y va de votre crédibilité. La question que vous traitez est tellement importante et vous voulez que les gens vous croient. Vous devez toujours vérifier vos sources.

En tant que monteur, vous avez aussi une responsabilité vis-à-vis de la profession naissante qu'est la « vidéo de défense des droits humains » et de la communauté plus large des droits humains et de la justice sociale. Vous avez une responsabilité vis-à-vis de vos collègues. Un mauvais film peut porter préjudice à tous ceux qui utilisent ce média pour le plaidoyer – il peut discréditer les autres vidéoactivistes et rendre les spectateurs moins réceptifs, plus cyniques.

LES ÉTAPES PRATIQUES DU MONTAGE POUR LE PLAIDOYER

Préparer le montage

Point focal

Vous devez avoir une idée claire au départ et définir votre message ainsi que le public que vous visez. Peter Wintonick dit :

> Le montage commence par une idée. De quoi parle la vidéo, qui sont les sujets, où se déroule-t-elle ? Où pointez-vous votre caméra ? Sur quoi porterez-vous votre attention et que laisserez-vous de côté ? Après cela, vous pouvez commencer à construire votre argument et votre message et d'un point de vue logistique, réfléchir à la courbe et à la structure du montage de la vidéo.

Sam Gregory explique :

> Le problème le plus fréquent, lorsque les gens commencent à faire une vidéo de plaidoyer, c'est qu'ils essaient souvent de mettre trop de choses dans une seule vidéo. Il semble logique de vouloir traiter toutes les questions, surtout si c'est la première fois que vous utilisez la vidéo et que vous ne savez pas si l'occasion se représentera. Mais une vidéo doit vraiment avoir un point focal. Votre public et vous devez savoir quel est le sujet qui vous importe et ce que vous essayez d'en dire.

Avant de commencer la phase de montage, comme nous l'avons évoqué dans le chapitre 3, consacrez du temps à développer l'idée centrale et à en tracer les grandes lignes. La suite du processus s'en trouvera facilitée, ce qui vous permettra de créer un message plus pointu et plus fort.

À chaque étape de la réalisation du film, gardez en tête le processus de montage afin de créer chaque pièce du puzzle qui s'imbriquera facilement sur le banc de montage.

Au montage, les décisions porteront sur la structure de votre œuvre, c'est-à-dire sur la façon dont les pièces du puzzle s'emboîteront les unes dans les autres afin de former le film que vous désirez.

La postproduction

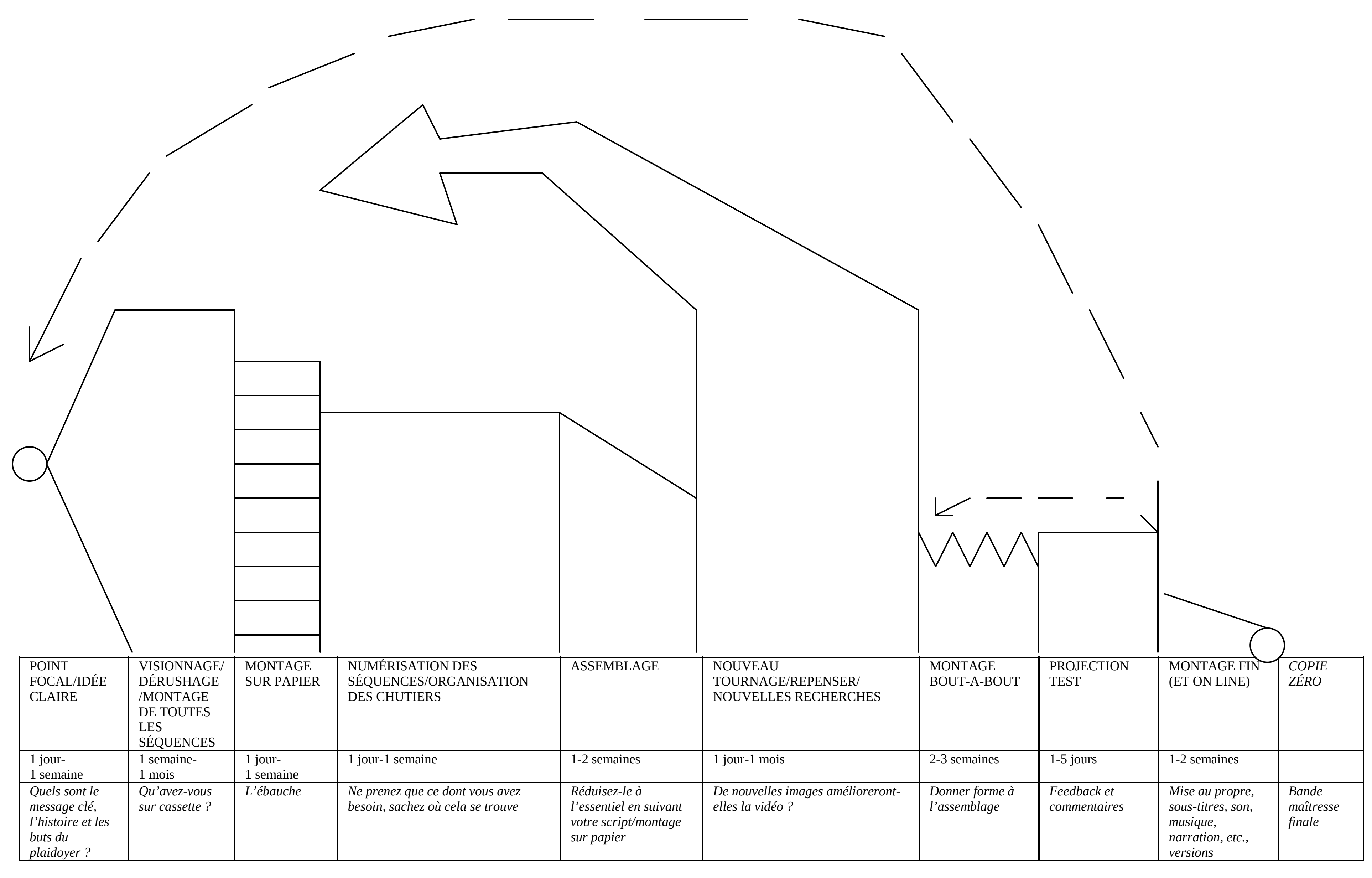
Dans les chapitres 3 et 4, nous avons parlé de la conceptualisation et de la recherche, de la préproduction et de la production. Nous abordons maintenant l'étape de la postproduction, qui comprend :

- Le visionnage, le dérushage et la transcription de vos séquences
- La préparation d'un montage sur papier et d'un script
- Le montage par assemblage de la vidéo
- La comparaison de l'assemblage avec le script et la question de savoir si vous êtes resté fidèle aux concepts ainsi qu'aux public et objectifs de plaidoyer de départ.
- La création du premier montage bout-à-bout en affinant l'assemblage
- La projection test du film auprès d'un public choisi pour son feedback, ses commentaires et suggestions
- La création d'un nouveau montage bout-à-bout si besoin
- La création d'un montage fin de la vidéo qui incorpore le feedback constructif de votre public choisi et les révisions du script, ainsi que les éléments sonores tels que la musique. A ce stade, vous n'en êtes qu'à la moitié de l'étape de postproduction
- La création du montage final.
- La réalisation du montage « on line », c'est-à-dire la finalisation de la vidéo, où l'on rajoute les graphismes, le montage sonore final, la numérisation du film en haute résolution et la création des différentes versions. La figure 5.1. vous donne une idée du temps que prendra le processus de montage.

Le tableau 5.1 vous donne un fil conducteur général et idéal pour le temps de montage en fonction de la longueur d'un film.

Tableau 5.1 Combien de temps prendra la postproduction ?

Longueur finale de la vidéo	*Durée du montage*
5-12 minutes	2-3 semaines
12-18 minutes	3-4 semaines
18-30 minutes	4-6 semaines
30-60 minutes	6-12 semaines



POINT FOCAL/IDÉE CLAIRE	VISIONNAGE/ DÉRUSHAGE /MONTAGE DE TOUTES LES SÉQUENCES	MONTAGE SUR PAPIER	NUMÉRISATION DES SÉQUENCES/ORGANISATION DES CHUTIERS	ASSEMBLAGE	NOUVEAU TOURNAGE/REPENSER/ NOUVELLES RECHERCHES	MONTAGE BOUT-A-BOUT	PROJECTION TEST	MONTAGE FIN (ET ON LINE)	*COPIE ZÉRO*
1 jour- 1 semaine	1 semaine- 1 mois	1 jour- 1 semaine	1 jour-1 semaine	1-2 semaines	1 jour-1 mois	2-3 semaines	1-5 jours	1-2 semaines	
Quels sont le message clé, l'histoire et les buts du plaidoyer ?	*Qu'avez-vous sur cassette ?*	*L'ébauche*	*Ne prenez que ce dont vous avez besoin, sachez où cela se trouve*	*Réduisez-le à l'essentiel en suivant votre script/montage sur papier*	*De nouvelles images amélioreront-elles la vidéo ?*	*Donner forme à l'assemblage*	*Feedback et commentaires*	*Mise au propre, sous-titres, son, musique, narration, etc., versions*	*Bande maîtresse finale*

Figure 5.1 Déroulement dans le temps du montage et de la production

Au cours d'un véritable processus de montage, un film peut avancer, revenir en arrière, voire même retourner au point de départ au fil des étapes décrites ci-dessus. Ce qu'un individu appelle assemblage sera peut-être le montage bout-à-bout pour un d'autre ; c'est très subjectif. Chaque film suit son propre trajet et chaque monteur a sa façon individuelle de parcourir ces différentes étapes. En outre, les estimations de temps ne sont données qu'à titre indicatif.

Dans la réalité, une vidéo de plaidoyer peut être soumise à des contraintes sérieuses de temps et de moyens. Les membres d'une communauté, par exemple, ne pourront prendre que quelques jours loin de leur famille et de leur travail, surtout si les studios de montage se trouvent dans une ville éloignée. Ou peut-être vous faut-il sortir votre film rapidement pour répondre en temps opportun à des échéances politiques. Il y a plusieurs façons de réduire la durée de la postproduction :

- Faites un court-métrage : un film de moins de 10 minutes peut aider à réduire la durée de la postproduction et constitue un format qui convient à de nombreux publics.
- Tournez des séquences limitées, mais néanmoins efficaces.
- Visionnez et dérushez votre matériel à l'aide de votre caméra sur le terrain.
- Élaborez un montage substantiel sur papier avant d'entrer dans le studio.
- Ne prévoyez qu'un ou deux jours en studio pour le montage bout-à-bout, faites une copie du film et retournez dans la communauté. Organisez des projections et effectuez les changements sur papier. Retournez quelques semaines plus tard au studio pour un jour, une fois que vous savez exactement quels sont les changements que vous voulez faire.
- Utilisez les nouvelles technologies qui vous permettent de procéder au montage sur le terrain (ordinateurs portables dotés d'un logiciel de montage peu onéreux). Amenez le monteur dans la communauté, si vous en avez les moyens.

Montage linéaire ou non linéaire

Il y a deux façons distinctes de procéder au montage : linéaire et non linéaire.

Le *montage linéaire* est l'ancienne procédure de montage selon laquelle les images doivent être assemblées dans l'ordre, du début à la fin. L'avantage du montage linéaire est qu'il force le réalisateur ou le monteur à être extrêmement bien organisé et attentif au détail pendant l'ensemble du processus afin que toutes les pièces se mettent en place. Le désavantage, c'est que les modifications de l'ordre ou de la longueur des segments sont difficiles à faire. Les séquences insérées doivent correspondre exactement à la longueur de la séquence qu'elles remplacent. Il n'est donc pas facile d'effectuer des changements rétroactifs.

Le *montage non linéaire* est une procédure de montage réalisée sur ordinateur et qui permet aux images d'être assemblées et réassemblées dans n'importe quel ordre. Bien souvent, le montage non linéaire se fait selon un plan chronologique. L'avantage du montage numérique assisté par ordinateur est qu'il permet au monteur de faire des modifications n'importe où et n'importe quand. Vous pouvez aisément sauvegarder des

versions multiples d'un film, vous souvenir des montages qui laissent à désirer et les détruire.

Peter Wintonick retrace la longue histoire du montage et conclut :

> De la bande magnétique au montage virtuel, tout se passe dans la tête et non dans la machine. Bien sûr, la technologie peut influer sur les types de montage et l'esthétique, mais j'avancerai qu'il n'y a aucun style de montage – à présent ou qui puisse être inventé à l'avenir - qui n'aurait pu être utilisé dans les années 20, ou qu'on ne pourrait voir dans un film comme le classique de l'époque, *L'Homme à la caméra* de Vertov. […] Ce n'est pas une question de technologie. Le grand montage est l'absence de montage. C'est-à-dire un montage rendu invisible. Laissez votre matériel parler au public à travers vous. Sans avoir besoin d'ajouter trop d'ego ou d'effets pyrotechniques pour distraire les gens de la vérité d'une scène, d'un personnage, d'un film.

Quel que soit le système que vous utilisez, Franny Armstrong, réalisatrice politique, remarque que « ce n'est pas l'utilisation d'un logiciel qui fait le montage. C'est comme appuyer sur les touches d'un piano : ça ne fait pas de vous un musicien. Le montage, c'est dans la tête. »

Options traditionnelles de montage et montage sur le terrain

Il est important de savoir que les méthodes les plus simples de montage (linéaire) sont faciles à utiliser et peuvent donner des résultats acceptables. Vous n'avez besoin que de deux machines : une pour la lecture, l'autre pour l'enregistrement, quelques câbles et du temps. Vous pouvez monter une vidéo caméra à caméra, magnétoscope à magnétoscope et magnétoscope à caméra.

Un réalisateur au Canada a démontré que l'on pouvait faire une vidéo avec *une seule* caméra et il a appelé son film *$19.49*, le prix que lui a coûté la cassette. Il a littéralement monté son film pendant qu'il le tournait, filmant un plan après l'autre dans l'ordre des séquences qu'il avait prévues pour la vidéo. C'est ce qu'on appelle le montage dans la caméra.

Organiser votre matériel

Avant le montage, vous devez organiser et préparer votre matériel. La préparation peut vous faire gagner beaucoup de temps par la suite.

Vous devez d'abord vous assurer que vos cassettes sont étiquetées correctement. Si elles n'ont pas été numérotées ou étiquetées pendant que vous tourniez, faites-le maintenant ! Si vous utilisez du matériel provenant de plusieurs sources, créez un système de numérotation ou d'appellation des différents types de matériel. Par exemple, si vous avez trois sources de matériel : séquences originales tournées par Juan, séquences originales tournées par Gabriela et images d'archives tirées des nouvelles télévisées, vous pourriez étiqueter toutes les bandes de Juan dans la série 100 (100, 101, 102, etc.), celles de Gabriela dans la série 200 (200, 201, 202, etc.) et celles des archives dans la série 300.

Maintenant, asseyez-vous et regardez toutes les séquences en prenant des notes (pas un dérushage, des notes) de vos opinions, idées et émotions pendant que vous regardez ces images. Vous devez peut-être les regarder plusieurs fois, ce qui rend le processus long

et laborieux. En effet, si vous avez plus de 50 heures de matériel, il vous faudra plus de 50 heures pour le regarder !

Ce processus qui consiste à visionner le matériel vous permet de l'absorber dans la « base de données » de votre cerveau afin que vous puissiez vous y référer par la suite pour construire votre vidéo. « Familiarisez-vous avec vos séquences. Ne vous laissez pas effrayer par les parties qui sont problématiques », dit Liz Miller, réalisatrice et enseignante. Vous commencerez aussi à repérer les endroits qui posent des problèmes : quels plans ne marchent pas (y compris ceux que vous pensiez être bons), quel son est de mauvaise qualité, quel matériel manque-t-il.

Puis, commencez à dérusher le matériel, ce qui veut dire transcrire tous les dialogues et noter tous les éléments visuels et sonores disponibles. En utilisant un formulaire de dérushage (voir annexe II), le but ici est d'identifier et de noter toutes les informations pertinentes dans un journal ou une base de données afin de vous y référer ultérieurement. Il est également important de consigner le code temporel, si possible (voir le chapitre 4 pour de plus amples informations sur le code temporel). Ensuite, si vous le pouvez, imprimez le dérushage et rangez-le dans un classeur ou un dossier auquel vous pouvez accéder facilement. Étiquetez les classeurs de façon adéquate.

Liz Miller explique :

> Pendant le visionnage sur le banc de montage numérique, vous pouvez compiler et capturer une bande sans la numériser, ce qui veut dire que lorsque vous regardez votre bande, vous marquez les points d'entrée et de sortie des plans. Vous conservez ce catalogue imaginaire que vous pourrez parcourir par la suite afin de décider quelles séquences vous voulez capturer.

A ce stade, il vous faut aussi évaluer la qualité de l'image et du son. Sandrine Isambert explique :

> Si votre son est de mauvaise qualité, il n'y a pas grand-chose que vous puissiez faire. Si vous avez une interview et que vous ne pouvez pas l'entendre, même si vous la sous-titrez, le public ne vous fera pas confiance, parce qu'il se demandera peut-être si c'est vraiment ce que dit la personne. Autrement dit, si votre son est mauvais, vous pouvez le jeter à la poubelle - vous ne pouvez pas utiliser l'interview, car elle risquerait de compromettre votre crédibilité. Mais si les séquences sont destinées à être utilisées comme des images de rouleau B, le son sera moins important. Si vous tournez une interview dont les images sont exécrables, mais que le son est bon, le public sera plus indulgent. Et une fois que vous avez établi qui parle, vous pouvez le couvrir avec des images de rouleau B. Même si l'arrière-fond est bruyant, vous vous en sortirez. Mais vous devez vous assurer que ces extraits sont très forts et sont d'une importance essentielle pour votre vidéo.

La structure du montage sur papier

Avec le montage sur papier, vous tentez pour la première fois de tracer les grandes lignes du film en fonction de tous les éléments à votre disposition - l'image, le son et peut-être la narration. On l'appelle un montage sur papier, parce que vous écrivez votre séquence sur une feuille de papier ou des fiches en incorporant tous les éléments et en fonction des résultats du dérushage et du visionnage des images. Vous n'avez pas besoin d'écrire tous

les détails : à ce stade, vous établissez le lien entre les éléments. Vous pouvez intervertir les fiches et les scènes à loisir.

Howard Weinberg signale :

> Vous n'avez pas à suivre servilement votre montage sur papier, mais il aide à structurer votre vidéo. N'essayez pas de terminer votre vidéo trop rapidement. Vous êtes en train de bâtir une maison. Vous construisez les fondations, puis la charpente et ce n'est qu'après que vous plâtrez.

Pendant la phase de construction de la « maison », certains travaillent avec des fiches pour les aider à visualiser et organiser le matériel. Gabriela Zamorano d'UCIZONI, au Mexique, aime utiliser cette méthode. Elle a reporté tous les plans visuels et sonores sur différentes fiches et les a organisées selon différentes configurations pour construire ses vidéos. « Nous étions dépassés par la quantité de matériel que nous avions et pouvoir jongler avec les fiches nous a aidés. C'était vraiment un avantage de pouvoir le faire avant d'arriver à la machine de montage. »

Il vous faudra peut-être considérer également combien de versions différentes de votre film vous prévoyez de faire. Y aura-t-il une version plus longue pour les membres engagés de la communauté et une version plus courte pour les efforts de lobbying ? Gardez à l'esprit le fait que deux versions radicalement différentes nécessiteront peut-être deux phases distinctes de montage, voire même différents types de matériel à filmer. Il est possible de modifier légèrement une version (en changeant la narration, par exemple) et il peut être assez facile de faire une version plus simple et plus courte.

Dans le contexte du plaidoyer, le début du montage est le moment idéal pour prendre contact avec les partenaires de plaidoyer qui sont associés à la vidéo, voire même d'en trouver de nouveaux. Sam Gregory suggère :

> Il peut être bon de rechercher de nouveaux partenariats à ce stade. Vous pouvez obtenir d'ONG et d'autres partenaires qu'ils se joignent à vos efforts au moment de la rédaction du script. De cette façon, vous vous assurez que leurs sujets et leurs contributions sont traités dans le produit final et que vous avez de solides alliés pour la phase de distribution.

Pour de plus amples informations, voir le chapitre 7 et <www.mediarights.org>, un site web très utile qui contient des articles sur la recherche de partenariats et la planification des actions de sensibilisation du public pendant la phase de production.

Numérisation et organisation des chutiers

Si vous faites le montage sur un ordinateur, la première étape est de transférer - renumériser - les plans dont vous pensez avoir besoin sur le disque dur de votre ordinateur ou un autre disque dur externe. Cette procédure crée une copie numérique de votre matériel qui vous permet ensuite de le travailler avec un logiciel de montage non linéaire.

Lorsque vous numérisez, vous enregistrez vos plans dans des dossiers nommés « chutiers ». Vous pouvez organiser ceux-ci dans un premier temps selon la numérotation de vos cassettes, mais vous pouvez aussi créer de nouveaux chutiers et organiser le

matériel en fonction des thèmes, de la chronologie, des sections, des personnes et des lieux.

Liz Miller explique à ses étudiants dans ses ateliers de montage :

> Imaginez les chutiers comme une chambre que vous organisez pour y mettre toutes vos affaires. Quand je suis sur le terrain, toutes mes cassettes sont numérotées de 1 à l'infini. Les chutiers sont comme des valises où vous gardez tous vos plans. Ce sont classeurs. Vous pouvez créer de nombreux classeurs afin d'organiser tous vos fichiers de différentes façons.

Dans la salle de montage

Le montage par assemblage

Un montage par assemblage est une séquence de montage très rudimentaire qui montre, dans les grandes lignes, tout le matériel que vous pensez vouloir utiliser. Pour ce faire, vous alignez tout le matériel qui vous intéresse du début à la fin dans l'ordre approximatif de votre montage sur papier. Pendant que vous réalisez cet assemblage, n'essayez pas d'anticiper – créez l'assemblage dans son intégralité et révisez-le une fois que vous avez fini. Un assemblage peut durer deux heures pour une vidéo finale d'une demi-heure. C'est en regardant ce montage que vous aurez une idée de ce qui marche et ce qui ne marche pas. Cela vous donnera une nouvelle perspective sur la mise en relation des différents éléments dans le cadre de la structure plus large.

L'introduction

L'introduction de votre vidéo est importante. Elle aidera à déterminer si vos spectateurs auront envie de continuer à la regarder. Une bonne introduction accroche l'attention du spectateur.

> Utilisez un fait qui captive, quelque chose qui donne envie à votre public d'en savoir plus, réfléchissez à ce qu'il pensera et abordez les autres questions [dit Howard Weinberg]. Donnez du poids à votre argument, mais ajoutez d'autres raisons et questions. Donnez le contexte. Les gens ont besoin de sentir qu'ils y sont. Placez-les au milieu de l'action.

Peter Wintonick suggère :

> Ne travaillez jamais à l'introduction au début du montage. Les introductions changent, ne perdez donc pas votre temps avec elles. Coupez vos 10 premières minutes. De nombreuses vidéos mettent trop de temps à démarrer.

Il y a de nombreuses options pour l'introduction d'une vidéo. Certaines commencent avec une information qui place le sujet dans son contexte, d'autres fournissent un résumé des faits qui donne aux spectateurs une perspective historique, d'autres encore consistent en une séquence à fort impact qui crée un suspense et suscite la curiosité. Les vidéos qui sont destinées à la télévision auront une introduction qui résume les points saillants du documentaire et donne au spectateur une idée de ce qu'il va voir. Les décisions relatives à l'introduction dépendent souvent du public que l'on cible.

Outils de narration ajoutés en salle de montage

Vous avez maintenant tous vos éléments réunis en un seul endroit dans le montage par assemblage. Si vous travaillez sur ordinateur, n'oubliez pas de sauvegarder vos différentes versions au fur et à mesure ! Vous voudrez peut-être revenir par la suite à une version antérieure. C'est le moment de travailler de plus près avec chaque coupe, chaque montage et chaque juxtaposition pour affiner votre récit et lui assurer une continuité sans heurt.

« Pensez latéralement, allez à l'encontre de votre propre intuition », recommande Peter Wintonick. « Essayez de prendre du recul par rapport à ce qui est « normal ». Retournez les choses. Libérez-vous des formules toutes faites. »

Vous travaillerez déjà à ce stade avec les interviews, les plans de coupe, les images de rouleau B et les séquences vérité que vous aurez tournées pendant la phase de production (pour de plus amples informations sur ces éléments, voir chapitre 4). Vous trouverez ci-dessous certains outils que vous pouvez maintenant utiliser, ou auxquels vous pouvez penser :

Narration provisoire : Si vous prévoyez de recourir à la narration, il est recommandé de commencer à enregistrer et à utiliser un « brouillon » (narration provisoire) dans votre vidéo en début de montage afin de pouvoir la tester et en expérimenter les variantes. Vous déciderez peut-être que vous n'aimez pas la voix, l'écriture ou la narration et qu'il vous faut faire certains changements.

Le développement de la narration est un exercice pratique dont l'objectif est de parvenir à la clarté. Dans l'exercice 3.4 (p. 80), nous illustrons comment la narration – en fonction de qui parle et comment – peut influer sur la façon dont votre vidéo sera accueillie.

Exercice 5.3 : mettez à l'essai vos talents de narration

Faites cet exercice en groupe. Le but est de voir comment vous pouvez formuler une narration qui soit claire et explicative.

Demandez à un collègue de se livrer à une série d'activités simples devant le groupe. L'un des membres du groupe sera choisi comme narrateur et devra fournir, là où il le juge nécessaire, une narration simultanée de ces activités. Le reste du groupe écoute et prend des notes : le narrateur utilise-t-il la narration au bon moment, celle-ci reste-t-elle simple et sans informations inutiles ? Après quoi, tout le monde passe ses commentaires en revue avec le narrateur.

Conseils pour la rédaction de la narration

- *Pensez avant de commencer à écrire. Si vous savez ce que vous voulez dire, quel est votre objectif et quel est le public que vous ciblez, la narration et le reste du scénario s'énonceront plus clairement.*
- Ne *décrivez* pas *ce qui est à l'écran.*
- Mais *faites en sorte que la narration corresponde à l'image – pensez aux images de*

rouleau B dont vous disposez et comment vous allez les utiliser.

- N'*abusez* pas *de la narration. Le dialogue d'une interview est préférable à la narration. Rappelez-vous que la narration doit être couverte par des images de rouleau B. Bien souvent, nous en manquons et les spectateurs en viennent vite à s'ennuyer, si les images sont ternes ou n'ont pas grand-chose à voir avec la narration.*
- *Faites en sorte que votre écriture soit aussi claire que vos paroles. Décrivez succinctement ce que vous essayez de dire à quelqu'un – vous le direz sans doute plus clairement et utiliserez un langage mieux adapté à la narration.*
- *Révisez votre narration selon les besoins et demandez l'avis des autres* – mais *veillez à ne pas perdre de votre spontanéité.*
- *Faites en sorte que chaque mot compte et que le sens soit clair.*
- *Évitez la surabondance d'acronymes.*
- *Employez des mots courts et des phrases brèves et éliminez ce qui est inutile, tel que les adjectifs qui décrivent ce qu'il y a à l'image, les phrases qui disent ce qui est évident ou n'ont aucun sens inhérent (« soyons honnêtes »), les mots qui affaiblissent leurs voisins (« peut-être, environ »), le jargon et les clichés.*
- *Remplacez les propositions subordonnées (*qui*) par une juxtaposition précédée d'un tiret ou d'une virgule, lorsque cela est possible, par exemple:* L'hôpital d'Ocaranza, qui est le théâtre des pires abus, est l'endroit où la première action a été menée *peut être tout aussi bien compris par* L'hôpital d'Ocaranza, le théâtre des pires abus, est l'endroit où la première action a été menée.
- *Mettez vos phrases à l'actif. Considérez l'alternative :* La première action a été menée dans le lieu où les pires abus ont été commis : l'hôpital d'Ocaranza.
- *N'oubliez pas que vous pouvez utiliser des titres : au lieu de dire le nom de l'endroit dans la narration, pourquoi ne pas utiliser un sous-titre, par exemple une légende comme* Établissement psychiatrique d'Ocaranza, Mexique *?*
- Lisez *votre narration à voix haute. Trébuchez-vous sur des mots ? Y a-t-il des allitérations malencontreuses ? Un mot est-il répété trop souvent ? Pensez à qui lira la narration - qu'est-ce que ça donnera avec son accent ?*
- *Parcourez votre narration avant de la donner à lire à quelqu'un. Y a-t-il des noms et des endroits difficiles à prononcer ou des termes techniques que vous devriez énoncer pour votre narrateur avant qu'il ne commence ? S'il n'est pas un professionnel de la voix off ou s'il n'a pas l'habitude d'enregistrer la narration, y a-t-il des passages qui nécessitent une emphase ou un rythme particulier ?*

Pour corser quelque peu cet exercice, vous pouvez aussi demander au narrateur de présenter la narration d'un point de vue différent du sien ou de décrire les activités avec un public particulier en tête.

Pour des exemples de voix possibles de narrateur et de publics particuliers, voir l'exercice 3.2, p. 76.

Musique : La musique peut conférer une émotion, un rythme et un tempo à votre vidéo, mais vous devez veiller à ce qu'elle n'évince pas le film. La composante dramatique de votre vidéo doit venir de l'histoire, non de la musique. Certains publics réagissent mal à une bande musicale importune ou déplacée qu'ils perçoivent comme une manipulation de leurs sentiments (note : c'est un problème que l'on rencontre fréquemment dans la

diffusion interculturelle de vidéos). Mais comme le remarque Sandrine Isambert : « vous avez parfois besoin de musique pour dynamiser la vidéo. Parfois, lorsque les gens se protègent [contre une expérience traumatisante qu'ils ont vécue], ils n'ont pas l'air triste. Un public pourrait ne pas le comprendre et demander : « Pourquoi est-ce que cette personne sourit ? » Sandrine observe que c'est là un bon exemple d'une situation où la musique peut aider et ajoute que de nombreux spectateurs s'attendent à ce qu'il y ait de la musique dans une vidéo. Un documentaire traditionnel sans cette dernière risque de devenir très sec, surtout si vous utilisez la narration.

Selon Stephen Marshall de Guerrilla News Network, « la musique vise le cœur, elle déclenche l'émotion et le mariage de la musique et des images peut créer quelque chose de très fort. Nous utilisons la musique pour guider les enchaînements et construire le montage visuel. » Si vous voulez voir comment la musique accentue l'impact d'une scène, un bon classique à regarder est *Psychose* d'Alfred Hitchcock.

Si vous prévoyez d'utiliser une musique pré-enregistrée, sachez qu'il faudra tenir compte des droits d'auteur : obtenir l'autorisation d'utiliser une musique peut coûter cher et prendre du temps (voir « Note sur les droits d'auteur » ci-dessous). Une autre possibilité est de suivre l'exemple de Joey Lozano qui préfère utiliser de la musique « du pays » qu'il enregistre lui-même avec des musiciens locaux sur le terrain. Si vous choisissez cette option, demandez toujours aux musiciens la permission d'utiliser leur musique dans votre vidéo.

Autres ressources des médias – images d'archives, photos, animation et cartes : au-delà de vos séquences originales, il y a d'autres sources que vous pouvez utiliser : photos, images sur Internet, animation informatisée ou dessinée à la main, cartes et images d'archives vidéo.

Les archives peuvent ajouter de la couleur, une dimension historique et un contexte à votre vidéo. Commencez à faire des recherches dans votre propre organisation ou au sein de votre communauté : y a-t-il des photos, voire des images vidéo qui sont disponibles et que vous pouvez utiliser ? Qu'en est-il des organisations partenaires ou même des partenaires internationaux qui ont des médiathèques ? Et puis, bien sûr, il y a les sources bien établies des médias : les journaux et les chaînes de télévision locaux et nationaux. Ils vous donneront peut-être du matériel gratuitement ou à très bas prix.

Au cours de vos recherches de matériel supplémentaire, vous apprendrez peut-être quelque chose d'entièrement nouveau sur votre sujet. Howard Weinberg explique :

> Quand vous commencez le montage, vous n'avez pas forcément tout l'argument énoncé devant vous. À mesure que vous obtenez des séquences additionnelles, vous condensez et vous affinez. Vous aviez peut-être une certaine idée au début, mais au fil de vos recherches sur l'histoire et dans les archives, vous avez peut-être appris une histoire différente. Ainsi, le processus de recherche des séquences dont vous avez besoin vous amènera peut-être à modifier votre argument et à apprendre quelque chose de nouveau sur le sujet.

Note sur les droits d'auteur et l'usage raisonnable

Si vous utilisez ou empruntez des images ou des sons qui sont la propriété de quelqu'un d'autre, il vous faudra sans doute tenir compte des droits d'auteur. Avant d'utiliser des archives ou autre matériel que vous aurez trouvé (y compris la musique ou tout autre

document trouvé sur Internet), cherchez qui en est le propriétaire. Puis demandez-vous : quelle est la probabilité que vous fassiez l'objet d'une poursuite en justice pour l'utilisation de ces images, son ou musique. Qui regardera votre vidéo ? Avez-vous l'intention de la montrer uniquement au sein de votre communauté ? À des organismes judiciaires ? Sur Internet ?

Si votre vidéo est confinée à des projections limitées et privées, vous pourrez peut-être vous passer de l'obtention de toutes les autorisations. Mais si vous prévoyez une distribution publique de quelque nature que ce soit, vous vous exposez à une action en justice si vous n'obtenez pas les autorisations requises. Par ailleurs, si vous souhaitez faire diffuser votre vidéo à la télévision, la chaîne exigera de vous la preuve écrite que vous avez obtenu les autorisations nécessaires concernant les droits d'auteur, ou une confirmation d'un avocat que vous faites un « usage raisonnable » de ce matériel.

L'autorisation d'utiliser une œuvre protégée par les droits d'auteur peut être très compliquée à obtenir et coûter très cher. Par exemple, les chaînes de télévision comme la BBC ou ABC facturent jusqu'à 400 dollars la seconde l'utilisation du matériel qui leur appartient.

En théorie, si vous prévoyez une diffusion télévisée, il est important de savoir que même les logos ou les noms de marque sont protégés par le droit d'auteur et sont couverts par les lois qui le régissent. Par exemple, pendant le montage d'une vidéo musicale comique, qui dénonçait un projet de construction d'un barrage hydraulique, l'avocat du réalisateur a retiré tous les plans qui montraient le chanteur du groupe au premier plan avec un panneau de Kentucky Fried Chicken à l'arrière-plan. Le panneau n'avait rien à voir avec le contenu de la vidéo, il se trouvait simplement dans la rue où la vidéo avait été filmée, mais pour passer à la télévision, il fallait éliminer ces plans.

En ce qui concerne la musique, il y a de nombreux aspects qui sont protégés par le droit d'auteur : l'écriture, l'édition, l'enregistrement, etc. Songez que même la chanson « Happy Birthday » appartient à quelqu'un et que si un personnage dans votre vidéo chante cette chanson, vous pouvez être soumis au droit d'auteur. Comme l'explique l'avocat Tom Guida :

> « L'usage raisonnable » est une défense qui peut être invoquée contre une poursuite pour infraction au droit d'auteur : les commentaires de spécialistes, les critiques et les nouvelles radiotélévisées peuvent inclure sans autorisation du matériel protégé par le droit d'auteur, si seul le minimum nécessaire est utilisé, si l'œuvre n'est pas particulièrement unique et si l'usage proposé ne prive pas l'auteur d'un marché pour son travail. L'usage raisonnable est évalué au cas par cas et il n'y a pas de règle absolue quant à ce qui sera considéré « raisonnable » pour un usage particulier.

Dans le monde de la télévision, vous aurez besoin d'un avocat pour vous défendre, ce qui peut coûter cher.

Certaines images, sons ou œuvres sont dites « copyleft » (littéralement gauche d'auteur par opposition à copyright, droit d'auteur) dans le cadre du mouvement croissant pour renverser la domination des lois sur la propriété intellectuelle. Certains auteurs, artistes, développeurs de logiciels (source libre) et créateurs cataloguent ainsi leur œuvre dans le « domaine public » ce qui veut dire que leur travail n'est pas protégé par le droit d'auteur et qu'il peut être reproduit et utilisé par tous.

Transitions, effets de mouvement et effets spéciaux

La plupart des coupes dans un film sont de simples « coupes franches » d'une image/son à une autre image/son sans chevauchement. Mais il y a d'autres transitions que vous pouvez utiliser. Elles ont souvent une « signification » relativement bien ancrée dans la grammaire cinématographique. Les utilisations typiques à connaître sont l'ouverture ou la fermeture en fondu au noir ou au blanc pour indiquer un changement de lieu ou de temps, le fondu enchaîné entre deux scènes qui indique le passage du temps ou une ellipse, et les sauts de montage pour indiquer le temps qui passe ou une discontinuité volontaire. Le montage par contraste entre deux scènes parallèles est souvent utilisé pour indiquer une action simultanée. Il y a, en outre, des transitions spéciales et graphiques telles que l'effet de feuilletage, l'effet de volet et la rotation d'image.

Vous pouvez aussi jouer sur la vitesse d'un plan, comme l'explique Sandrine Isambert :

> Vous pouvez parfois obtenir un plan fabuleux avec quelque chose qui ne vous semble pas assez long, simplement en le mettant au ralenti. Par exemple, dans *The Price of Youth* (« Le prix de la jeunesse »), un film sur la traite de jeunes femmes népalaises à destination de l'Inde, ils ont utilisé une caméra cachée qui tremblait beaucoup. C'était une caméra couleur, donc les images étaient superbes. Le ralenti des séquences a donné quelque chose de très beau, mystérieux. Cela a conféré une certaine tristesse au contenu. Même si nous l'avons fait pour des raisons techniques, le ralenti a amené les spectateurs à ralentir aussi et à réfléchir.



Figure 5.2 Séquence filmée pour *The Price of Youth* (Andrew Levine/WITNESS)

Les effets spéciaux ont leur propre langage. À Guerrilla News Network, Stephen Marshall dit :

> Nous utilisons la « technique du scratch vidéo » qui vient du style hip-hop où l'on fait tourner le disque dans un sens puis dans l'autre. Les jeunes adorent ça, parce que ça veut dire que le contenu est manipulé par quelqu'un. La culture contemporaine – la musique, la culture télé, la culture du DVD – tout ça est une question de manipulation. Ça bouge à des rythmes

différents ; c’est entre les mains de quelqu’un. Nous essayons de refléter cela dans notre style de montage. Nous utilisons aussi beaucoup d’effets de compositing, nous rétrécissons les images (souvent celles qui sont mal filmées ou qui ont l’air usées) et nous les encadrons d’un modèle animé.

Soyez toutefois attentif au fait que l’emploi de certains graphismes peut facilement rendre une vidéo démodée. En règle générale, à moins que vous n’ayez de l’expérience avec les effets spéciaux et sachiez comment votre public y réagira, Sam Gregory conseille de ne pas trop s’appuyer sur ces techniques sauf si vous avez un style très développé qui les incorpore, ce qui est le cas de Guerrilla News Network. « Les effets tape-à-l’œil », dit-il en riant, « comme les effets de volet tourbillonnants, les effets de feuilletage, les graphismes bas de gamme que vous trouvez maintenant même dans les logiciels de montage les moins chers peuvent sembler amusants en salle de montage ou sur l’ordinateur, mais ils deviennent très vite dépassés. »

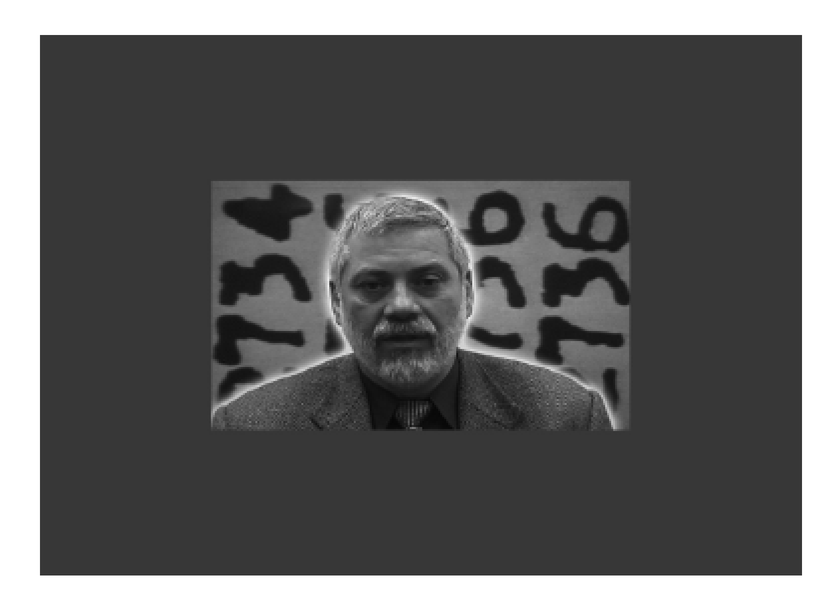


Figure 5.3 Guerrilla News Network utilise de nouveaux formats d’interview et de nouveaux graphismes pour communiquer avec son public (Guerrilla News Network/Aroun Rashid Deen)

Étude de cas : le monteur en tant qu’arrangeur

La réalité du montage, c’est que la plupart du temps, vous résolvez des problèmes et recherchez des approches créatives pour trouver une solution. Comment « réparez-vous » le film ? Comment créer quelque chose à partir de rien ?

Sandrine Isambert identifie certains des problèmes qu’elle rencontre fréquemment au montage et propose des solutions :

Problèmes fréquents au montage

1. Pas assez de matériel visuel et trop peu d'images de rouleau B. Pas de séquences filmées, seulement des plans individuels qui ne peuvent être montés ensemble pour constituer une séquence complète.
2. Un scénario surdéveloppé d'une histoire pour laquelle il n'y a pas assez de matériel. Bien souvent, un scénario contiendra une longue introduction historique et politique pour laquelle il n'y a pas de matériel (les archives peuvent coûter cher).
3. Trop d'interviews.

Idées pour régler ces problèmes

1. Remanier le scénario. Au lieu de se démener avec un scénario pour lequel vous pas le matériel nécessaire, récrivez-le en suivant de près les images dont vous disposez.
2. Placez des cartons-titres au début pour planter le décor.
3. Si vous avez un peu d'argent, vous pouvez acheter des clips d'infos de la télévision qui serviront d'archives. L'avantage de ces éléments d'informations est qu'ils vous permettent de brosser rapidement et efficacement le contexte. Autre possibilité : la radio qui est encore moins chère. Vous pouvez aussi filmer des titres de journaux pour créer une section qui couvrira le contexte historique de votre vidéo.
4. Raccourcissez votre vidéo ! Rappelez-vous, le moins, c'est parfois le plus.
5. Si ce n'est pas une question pressante ou s'il n'y a pas d'urgence quant à la sortie de la vidéo, songez sérieusement à la filmer de nouveau.

La conclusion

De même qu'il existe de multiples façons de débuter une vidéo, il existe tout autant de façons de la conclure. Dans le cadre du plaidoyer, votre priorité sera d'amener les gens à agir et de leur donner une idée concrète de ce qu'ils peuvent faire. Comme nous l'avons évoqué dans le chapitre 3, cela signifie souvent qu'il faut laisser le spectateur sur l'impression que le changement est possible et que les sujets du film eux-mêmes, ou ceux qu'ils peuvent influencer ou convaincre, peuvent participer à ce changement. Cet « espace pour l'action » exige d'ordinaire que la fin de la vidéo soit sujette à interprétation et ne laisse pas le spectateur sur un sentiment de découragement ou d'impuissance.

La conclusion d'une vidéo de plaidoyer comprend souvent :

- Une récapitulation de la situation, un survol des gens présentés dans la vidéo ou un témoignage de la personne la plus éloquente ou la plus représentative.
- Une scène finale qui cristallise les dilemmes et les questions présentés dans la vidéo.
- Un appel à l'action ou une requête directe d'une personne dans la vidéo.
- Une analyse de la situation et des moyens possibles d'y remédier, réalisée par un des sujets de la vidéo ou quelqu'un d'autre que le public respectera.

- Une information sur les autres moyens par lesquels un spectateur peut s'engager après avoir vu la vidéo – souvent présentée dans un format neutre par l'intermédiaire d'un narrateur ou un carton-titre à la fin.

La fin du montage

Le montage bout-à-bout

Maintenant que votre vidéo commence à prendre forme, vous avez atteint le stade du montage bout-à-bout. Votre vidéo se trouve dans sa première forme de brouillon, elle est peut-être encore trop longue, la narration est encore à l'état d'ébauche, certains médias supplémentaires manquent, certains montages sont encore embryonnaires. A ce stade, vous êtes prêt à prendre du recul et à regarder la vidéo de façon plus générale. Ici, vous devez mettre l'accent sur la structure. La structure fonctionne-t-elle ou faut-il la changer ?

Vous pourriez montrer la vidéo à quelques collègues ou partenaires en qui vous avez confiance et leur demander d'analyser le bout-à-bout sur la base de ces questions :

- Comprenez-vous le message de la vidéo ?
- Quels sont les thèmes de la vidéo ?
- Quels sont les personnages avec lesquels vous vous sentez le plus en phase ? Pourquoi ?
- La longueur de la vidéo est-elle bonne ou est-ce que la vidéo traîne en longueur ?
- Quelles sont les parties peu claires ou qui vous ont laissés perplexes ?
- Quelles sont les parties trop lentes ?
- Quelles sont les parties émouvantes et celles qui ne le sont pas ?
- Pensez-vous que cela marchera avec le public que nous avons en tête ? Pourquoi ? Pourquoi pas ?
- Le cas échéant : Comprenez-vous l'action que nous appelons le spectateur à entreprendre ?

Sandrine Isambert conseille d'observer les autres pendant qu'ils regardent votre vidéo. « Vous pouvez apprendre beaucoup en étudiant leurs réactions et leur visage », dit-elle. Voyez comment les gens bougent sur leur chaise et quand leur attention commence à vagabonder. Sachez que la section dont se plaignent les gens n'est pas forcément le problème. Parfois, celui-ci intervient beaucoup plus tôt dans la vidéo, et vous devrez examiner leurs réactions pour être sûr qu'ils ne font pas allusion à un problème structurel qui ne devient apparent qu'à un certain moment.

Les groupes visionnant les montages bout-à-bout peuvent rapidement identifier les problèmes, mais ne vous précipitez pas pour mettre en application leurs solutions. Réfléchissez-y bien et, comme le suggère Peter Wintonick, « Une fois que vous pensez en avoir terminé, revenez en arrière et regardez tout votre matériel à nouveau. C'est rafraîchissant. » Le fait est qu'en réalité, les sections auxquelles vous êtes le plus attaché, vos « perles », sont souvent celles dont vous devrez vous défaire.

Vérification de l'information et de la traduction

A ce stade, il vous faudra passer votre vidéo en revue afin de vérifier l'information. L'idéal serait pour vous, ou quelqu'un de votre équipe, de vérifier chaque information, déclaration et assertion faite dans le film, y compris les citations, les dates, les noms, les agences, les chiffres, les statistiques et autres faits représentés. Ce processus permettra de vérifier l'authenticité et la légitimité de chaque point mentionné dans le film. La vérification de l'information vous protège contre une poursuite en justice ou une remise en question de votre réputation au moment de la sortie de votre vidéo.

Mais ce processus est aussi d'une importance vitale parce qu'il légitime votre film aux yeux de votre public, qu'il s'agisse de membres de la communauté ou de juges siégeant à un tribunal. Une simple erreur factuelle peut non seulement nuire à la projection du film, mais également remettre en question la véracité du film dans son ensemble.

Ne vous attendez pas à ce que tous les détails des récits de vos interviewés soient toujours exacts.

La vérification de l'information peut revêtir un caractère extrêmement politique. Michael Moore a été sévèrement critiqué pour sa présentation des faits dans son film primé aux Oscars *Bowling for Columbine*. Pour son film suivant, *Fahrenheit 9/11*, son examen critique du président américain George W. Bush, Moore a engagé une équipe entière de vérificateurs de l'information (qui avaient travaillé pour le *New Yorker*) et d'avocats afin de passer en revue chaque détail du film. Il affiche même sur son site toutes ses sources et ses recherches à ce titre en guise de preuve supplémentaire (voir <www.michaelmoore.com>).

La vérification de l'information signifie :

- Recenser tous les faits mentionnés dans le film.
- Trouver une source originale pour chaque fait mentionné.
- Comparer avec une autre source de confiance, de préférence indépendante. Certains vérificateurs consulteront deux sources indépendantes. Si vous utilisez Internet, assurez-vous de vérifier la source *originale*.

Sachez que très peu de journaux vérifient les informations des articles qu'ils publient et qu'ils ne sont donc pas une source digne de foi. Les magazines, les encyclopédies et les sources universitaires et scientifiques sont plus fiables. Cela dit, il vous faudra parfois effectuer d'autres interviews personnelles pour corroborer les informations.

Par ailleurs, si un fait est litigieux ou controversé, il vaudra sans doute mieux l'attribuer directement à votre source dans la vidéo, autrement dit indiquer clairement la personne ou l'agence auprès de laquelle vous l'avez obtenu.

La vérification de l'information est aussi une bonne préparation pour vous et votre équipe aux questions des spectateurs qui ne manqueront pas de vous demander : « Comment le savez-vous ? », « D'où vient ce chiffre ? », « Quel est le nom de l'organisation ? », etc. La vérification de l'information est le moment de confirmer à nouveau le « qui, quoi, quand, où et comment » de chaque point que vous mentionnez, de sorte que votre vidéo et vous soyez fin prêts pour l'étape suivante, vous présenter au public.

Un corollaire absolument essentiel de la vérification de l'information est de vous assurer que toute traduction que vous avez utilisée a été vérifiée et revérifiée. Il est bon de passer le matériel en revue plusieurs fois avec des gens dont c'est la langue maternelle (pour veiller à ne pas verser dans le sensationnalisme, en traduisant, par exemple, « fouille corporelle » par « agression sexuelle » ou « viol »). Demandez-leur aussi de s'asseoir avec vous lorsque vous ajoutez les sous-titres pour vous assurer que le minutage est correct et qu'il n'y a aucun glissement de sens. Rien ne peut nuire davantage à votre crédibilité qu'un spectateur qui se rend compte que vous avez mal interprété les propos de quelqu'un et qui en fait part à son entourage.

Projections tests

Outre les quelques projections pour les amis ou collègues, de nombreux réalisateurs et défenseurs des droits humains organisent des « tests » de plus grande envergure auprès de partenaires de plaidoyer et de distribution – à qui ils demandent d'examiner d'un œil critique le traitement du sujet, de considérer les mesures de sécurité qu'ils prendraient si c'était leur documentaire, etc. – ou auprès de publics cibles.

Veillez à bien vous y préparer – dans le chapitre 7, vous trouverez de plus amples informations sur la coordination de ces projections. Mais envisagez les points suivants :

- Compte tenu du sujet de la vidéo et des coutumes sociales et culturelles ou de la composition politique du public test, qui sera le mieux à même de présenter la projection test ? Ce ne doit pas forcément être le réalisateur.
- Comment cette personne doit-elle présenter la vidéo de façon à ce que les spectateurs sachent à quoi s'attendre, ou ce que vous attendez d'eux (voulez-vous les encourager à en débattre par la suite ou à en faire une critique d'une certaine manière) ?
- Est-ce que la répartition de votre public en petits groupes en fonction de certains critères tels que le sexe ou l'âge favorisera un dialogue sans inhibitions au sein des groupes respectifs ? Ou est-il plus utile d'inviter un public plus diversifié à poser des questions et à participer à la discussion ?

Étude de cas : projection test

Peter Wintonick a beaucoup réfléchi à la façon d'utiliser les projections tests dans son travail. Il évoque ici sa démarche :

> Au cours des 20 dernières années de ma carrière dans le documentaire, j'ai toujours essayé de demander aux gens ce qu'ils pensaient. Pour le film que Mark Achbar et moi-même avons fait sur Noam Chomsky, *Manufacturing Consent*, nous avons testé le film non fini en plusieurs étapes auprès de 600 personnes réparties en groupes de cinq à 200. Je pense que cela a permis de réaliser un meilleur film et d'assurer le succès qu'il a obtenu à l'échelle internationale.
>
> Vous devriez élaborer un questionnaire d'une page, en évitant les questions suggestives. Il faut que celui-ci soit facile à remplir, mais il faut aussi qu'il permette de mesurer objectivement les objections des gens. Laissez de la place pour les commentaires écrits et

donnez les coordonnées (courriel, téléphone) où les gens peuvent vous contacter pour un suivi.

D’un point de vue pratique, il y a des questions qu’il vous faut poser au public pour voir si vous êtes tombé juste. Au niveau le plus élémentaire, l’histoire ou la thèse est-elle claire ? Est-elle clairement articulée du début à la fin ? Les gens aiment-ils le film et pourquoi ? Y a-t-il des problèmes de langue qu’ils ne comprennent pas ? Voient-ils des moyens d’améliorer le film ?

Au stade du montage bout-à-bout, nous sommes même allés jusqu’à insérer des intertitres pour demander au public test des questions telles que : « Pensez-vous qu’il serait bon de mettre une étude de cas ici dans notre structure ? »

Il est aussi important de souligner le fait qu’un commentaire n’est pas forcément négatif : le fait de tester son film peut être une expérience très positive, revigorante et bonne pour l’esprit.

Retourner filmer

Vous avez revu le montage bout-à-bout. Vous avez compilé les réponses de vos questionnaires et avez tenu compte des commentaires des spectateurs. Certaines idées sont nouvelles, vous en écartez d’autres, d’autres encore confirment ce que vous saviez déjà. Il est peut-être temps pour vous de retourner filmer.

Pendant le montage du projet *Following Antigone: Forensic Anthropology and Human Rights Investigation* (« Sur les traces d’Antigone : l’anthropologie légiste et les enquêtes sur les violations des droits humains »), Sandrine Isambert a travaillé en étroite collaboration avec l’Equipo Argentino de Antropología Forense/Équipe argentine d’anthropologie légiste (EAAF). L’EAAF utilise les sciences médico-légales, dont l’anthropologie, pour découvrir la vérité sur les massacres, disparitions et autres violations graves des droits humains afin d’aider les familles des victimes à récupérer les restes d’êtres chers et fournir des éléments de preuve aux tribunaux. Ce projet de montage a duré un an et a porté sur 50 à 60 heures de séquences filmées, entre 1992 et 2003, dans de nombreux pays. Le film avait pour objectif de présenter les différentes étapes du travail de l’EAAF, et d’expliquer au public vivant dans les lieux où ces violations graves avaient été commises et où l’EAAF envisageait de recourir à l’anthropologie légiste en quoi consistait la procédure, et comment cela pouvait les aider.



Figure 5.4 Les anthropologues légistes de l'EAAF au travail (EAAF/WITNESS)

> C'était un véritable défi que de faire un film qui capture toutes les différentes facettes de leur travail et la méthodologie qui sous-tend l'anthropologie légiste, car les films de WITNESS traitent souvent d'un thème unique [note Sandrine]. Voici un groupe dont le travail consiste à « exhumer des squelettes » des disparus et des gens assassinés, mais le cœur émotionnel de leur travail est le retour de ces êtres perdus à leur famille.

« Nous nous sommes aperçus qu'il manquait des images essentielles », se souvient Sandrine. Pendant toutes ces années durant lesquelles ils avaient utilisé la vidéo pour documenter leur travail, Sandrine a découvert – par le processus du montage – que le groupe avait méticuleusement enregistré chaque détail des exhumations à laquelle il procédait, mais non les raisons affectives pour lesquelles il faisait ce travail, ni les réactions des familles lorsqu'elles retrouvaient les restes de personnes chères. Afin de raconter une histoire forte et de retenir l'intérêt du spectateur - et expliquer pourquoi les membres de l'équipe continuaient à faire ce travail, d'année en année, site après site – il était essentiel de montrer l'aspect humain.

C'est pourquoi Sandrine et l'EAAF ont décidé que le groupe devait retourner filmer de nouvelles images, cette fois, avec les anthropologues légistes retournant la caméra sur eux-mêmes et posant des questions plus chargées d'émotion et plus humaines sur leurs motivations, leurs expériences, leurs pensées. « Ainsi, par le biais du processus de montage », dit Sandrine, « ils ont aussi appris quelque chose sur les images qui doivent être filmées pour faire une vidéo saisissante ».

Le montage fin

Le montage fin est une autre version de votre vidéo, une fois que vous avez fait toutes les modifications issues du montage bout-à-bout. Il est maintenant temps de revoir les détails plus subtils et de polir le film : les points d'entrée et de sortie des plans spécifiques, peut-être la formulation de la narration ou l'abandon d'une ou deux scènes ou plans ici et là. À ce stade, il faut aussi passer en revue les images et le matériel que vous utilisez dans votre film et vérifier qu'ils sont appropriés et exacts. Soyez attentif aux moments où vous pouvez sans problème utiliser des plans génériques qui ne sont pas spécifiques à un endroit ou à une situation et ceux où, en tant que réalisateur respectueux des principes éthiques, vous ne pouvez absolument pas utiliser les images d'un village, d'un incident ou d'une personne pour illustrer une situation différente.

Il vaut la peine de montrer à nouveau la vidéo à certains de ceux qui ont vu le bout-à-bout. Il est aussi bon de la montrer à quelqu'un qui ne l'a jamais vue et de comparer les points de vue. Vous êtes maintenant à deux doigts de la version finale de la vidéo.

Montage on-line des images et du son

« Une vidéo n'est terminée que lorsque vous avez décidé de la quitter », dit Liz Miller.

Vous avez fait de votre mieux et il est maintenant temps de créer la matrice de votre vidéo avec la meilleure qualité d'image et de son possible. C'est ce qu'on appelle le « montage on-line ». Cela peut impliquer simplement la renumérisation de votre matériel

à une résolution d'image supérieure et le mixage de votre son pour qu'il soit équilibré et que le volume reste le même tout au long de la vidéo.

Ou bien le « montage on-line » peut signifier s'adresser à un studio de montage professionnel pour corriger les couleurs (pour qu'elles soient homogènes du début à la fin et qu'elles correspondent aux normes de diffusion), nettoyer votre son, etc.

Le montage professionnel comporte plusieurs jours de mixage du son, opération par laquelle des effets de son sont rajoutés et le son existant est nettoyé grâce à des filtres. Si vous en avez les moyens, vous pourriez même enregistrer la narration dans une cabine d'enregistrement professionnelle. Il est aussi temps maintenant de mixer la musique avec les voix et la bande sonore.

La « qualité télévisuelle » est un terme employé dans le monde de la télévision pour décrire les exigences techniques que doit satisfaire toute diffusion à la télévision grand public. S'il est formidable de pouvoir remplir ces conditions, il est important de se rappeler qu'elles peuvent être (et qu'elles seront) abandonnées si le contenu est saisissant et important. Ne vous laissez donc pas intimider par ces normes de qualité. Vous ne pouvez faire que ce qui est dans vos moyens, et ce sera peut-être suffisant. Une vidéo peut avoir un fort impact même si elle n'est pas de « qualité télévisuelle ».

A ce stade, vous devrez peut-être faire plusieurs versions linguistiques ou régionales de votre vidéo. Si c'est le cas, prévoyez toutes les éventualités. Vous n'aurez peut-être plus accès à l'ordinateur sur lequel vous avez fait votre montage. Il est bon de faire plusieurs bandes maîtresses qui vous permettront de créer de nouvelles versions de la vidéo.

Envisagez de faire plusieurs bandes maîtresses :

1. Votre bande maîtresse finale dans la langue originale.
2. Une bande maîtresse où le son est réparti sur plusieurs pistes, de sorte que les dialogues sont sur une piste et la musique et les effets de son sur une autre. (De cette façon, si vous décidez de faire une version dans une autre langue, vous pourrez remixer le son).
3. Une version sans texte à l'écran de sorte que si vous décidez de sous-titrer ou d'utiliser une autre langue dans le texte, vous aurez un canevas vierge sur lequel travailler.
4. Une bande maîtresse sans texte et avec la narration hors champ et la musique ou son ambiant sur des pistes séparées (c'est-à-dire une combinaison des numéros 2 et 3 ci-dessus). Cette bande maîtresse servira de copie générique pour d'éventuelles versions internationales. S'il vous est possible d'avoir trois pistes audio, il peut être utile de garder la musique sur une autre piste que le son ambiant. Dans ce cas, vous n'aurez pas besoin d'une copie séparée pour la version sans texte.

Votre vidéo est complète : il faut maintenant la placer dans une stratégie de plus grande envergure

Gillian Caldwell place la vidéo finale dans son contexte :

> Quand une vidéo est terminée, les réalisateurs ont l'impression qu'ils viennent d'accoucher, mais le véritable travail ne fait que commencer. Quelle vie va-t-elle mener ? Quelle sorte de

parents ou de défenseur serez-vous ? Y a-t-il des parties prenantes au projet qui peuvent vous aider à donner à la vidéo une vie digne d'être vécue ?

Une vidéo marche rarement dans le vide. Votre vidéo devra donc faire partie d'une stratégie plus large de plaidoyer qui englobe des réunions, une documentation écrite, des manifestations et d'autres formes de campagnes. Pendant le montage, vous devez penser au matériel supplémentaire – imprimé et audio – dont vous aurez besoin afin de compléter votre vidéo. Les projets de WITNESS sont accompagnés d'une documentation de fond, de guides de projection et de sources d'information en ligne comprenant des options d'action électronique par l'envoi de courriels à des membres clés du pouvoir. Quand Shabnam Hashmi a fait le tour des États-Unis pour montrer son film *Evil Stalks Our Land* (« Les forces du mal rôdent dans le pays ») sur les atrocités commises dans le Gujarat en Inde, elle a également apporté à ses projections une documentation écrite – des exemples de publications incitant à la haine et une documentation de suivi. Ronit Avni, la fondatrice de Just Vision, une organisation qui suit les initiatives de paix au Moyen-Orient, a participé à l'une des conférences de presse de Shabnam à New York et raconte que « la somme de toutes les parties de cette expérience – le film, l'allocution de Shabnam et les documents écrits – ont eu un impact considérable. »

Pour de plus amples informations, voir les chapitres 1 et 7.

Exercice 5.4 : regarder comme un monteur et un défenseur des droits humains

Cet exercice est à faire de préférence en groupe, car il met principalement l'accent sur la discussion d'un film que vous avez vu. Il vous faudra choisir une vidéo produite sur le thème de votre plaidoyer et que vous essayerez d'analyser sous l'angle de l'histoire, du but du plaidoyer et du montage.

Pendant que vous regardez cette vidéo, tentez de répondre aux questions suivantes :

1. Est-ce qu'il s'agit d'un film de plaidoyer ? Pourquoi ? Pourquoi pas ? Que faudrait-il pour qu'il devienne un film de plaidoyer ?
   Si c'est un film de plaidoyer, qu'est-ce que le film cherche à dire ? Quel est le changement visé ?
2. Qui, d'après vous, est le public principal ? Pouvez-vous distinguer comment le film est cadré à son intention ?
3. Quel est le message du film ?
4. Comment décririez-vous le montage du film (à savoir enchaînements rapides, musique, transitions, montage lent, etc.) ?
5. Quelle est la structure du film ? Y a-t-il un début, un milieu et une fin ?
6. Du point de vue de qui l'histoire est-elle racontée ?
7. Y a-t-il une narration ? Est-elle factuelle, personnelle, dépouillée ou chargée d'émotion ?
8. Quel est l'élément dramatique ou le conflit du film ?
9. Comment le film débute-t-il et accroche-t-il votre intérêt ?
10. Comment finit-il ? Vous encourage-t-il à l'action ?

11. Est-ce qu'à un moment ou un autre, vous avez l'impression que le montage est manipulatoire ou contraire aux principes éthiques ?

Maintenant, la prochaine fois que vous verrez un film, posez-vous ces questions – c'est une façon entièrement nouvelle de regarder des films, la télévision, les nouvelles, quoi que ce soit sur un écran. Peter Wintonick recommande de commencer à regarder des films de loin - par exemple, au dernier rang d'une salle de cinéma. Là, vous êtes à une certaine distance de l'écran, moins investi dans l'histoire. Vous pourrez ainsi commencer à voir et à analyser la construction et le montage. Ou regardez un film une première fois pour le contenu et ensuite, regardez-le à nouveau pour voir comment il est construit et monté.

Kat Cizek remercie :

Franny Armstrong
Amy Bank
J. et L. Cizek
Sam Gregory
Joey Lozano
Avi Mograbi
Paul Shore
Anna Van der Wee
Gabriella Zamorano
Ronit Avni
Gillian Burnett
Sean Dixon
Shabnam Hashmi
Stephen Marshall
Catherine Olsen
Atossa Soltani
Howard Weinberg
Martin Atkin
Arturo Carrillo
Don Edkins
Sandrine Isambert
Liz Miller
Erica Pomerance
Amadou Thior
Peter Wintonick

NOTES

1. Michael Ondaatje, *The Conversations: Walter Munch and the Art of Editing Film* (New York: Knopf, 2002)
2. Ibid.
3. B. Reeves and S.L. Smith, "The Evening's Bad News: Effects of compelling negative television news images on memory", *Journal of Communication*, 42, 2 (1992), pp. 25-42.

5

Le montage dans le cadre du plaidoyer

Katerina Cizek

Ce chapitre est un guide consacré au montage de vidéos de plaidoyer et visant différents publics, parmi lesquels une communauté locale, un public international, une cour de justice, un tribunal ou le spectateur en ligne. Conçu en tant qu'accompagnement aux manuels plus techniques de montage de vidéos, ce chapitre met l'accent sur les aspects particuliers au montage dans le cadre des droits humains, de la justice sociale et des questions humanitaires. Nous nous référons à des études de cas tirés des partenariats de WITNESS et au-delà pour illustrer les différentes approches à la création de vidéos qui visent à promouvoir le changement social à plus grande échelle.

INTRODUCTION AU MONTAGE DANS LE CADRE DU PLAIDOYER

Qu'est-ce que le montage ?

> Un film naît trois fois. La première fois, au moment de la rédaction du scénario, la deuxième au moment du tournage et la troisième, au moment du montage. (Le réalisateur français Robert Bresson[1]).

Le montage, ou postproduction, est le processus par lequel les éléments qui composent un film ou une vidéo – images, son, dialogues, musique et texte – sont tissés ensemble par le biais de la narration et de la juxtaposition afin de leur donner un sens. Ce stade est considéré comme l'étape qui requiert le plus de travail dans le processus de réalisation d'une vidéo ou d'un film. L'un des monteurs célèbres d'Hollywood, Walter Murch, observe que le montage « s'apparente un peu à la couture : vous cousez ensemble les pièces du film ».[2]

Le talent et la créativité d'un monteur peuvent faire ou défaire la qualité d'une vidéo – transformant des séquences amateurs en une vidéo forte et saisissante ou réduisant des séquences de qualité à une suite incohérente d'images et de sons. Comme il y a des milliers de façons de monter une vidéo, chaque éditeur assemblera les pièces de façon différente, s'attachant à créer un « tout » unique qui ait un sens.

Le montage est aussi une question de manipulation. Dans l' « Expérience de Koulechov », l'un des tout premiers réalisateurs russes a démontré que la juxtaposition de deux images sans rapport l'une avec l'autre pouvait évoquer des significations différentes. Dans le cadre de cette expérience, Koulechov a filmé un célèbre acteur russe, ainsi qu'un bol de soupe, une fillette, un ours en peluche et le cercueil d'un enfant. Il a ensuite monté le plan de l'acteur avec chacun des autres plans séparément, seul le plan de l'acteur restant le même. Quand les spectateurs ont regardé ces images, ils ont eu l'impression que le visage de l'acteur exprimait des sentiments différents, bien qu'en fait,

le plan fût toujours le même. Que ce soit voulu ou non, le montage crée de nouveaux niveaux de signification.

Qu'il s'agisse d'un film de fiction ou d'un documentaire, la version finale sera 25 à 50 fois plus courte que l'ensemble du matériel qui aura été filmé, et ce ratio peut aller jusqu'à 80:1 ou plus dans les documentaires qui utilisent beaucoup de séquences vérité. Vous avez peut-être filmé un événement particulier pendant plusieurs heures en temps réel, mais un montage efficace vous permettra de le montrer en quelques secondes. Il arrive aussi que vous ayez beaucoup moins de matériel et le défi sera alors de raconter votre histoire avec des moyens limités, ce qui est tout aussi possible. Dans tous les cas, le montage est un processus d'ellipse. Comme le dit Peter Wintonick, un critique des médias et l'un des principaux réalisateurs de documentaires au Canada : « Le montage est fondamentalement une question de compression du temps, que vous condensiez une après-midi en trois minutes, une année en 20 ou la vie d'une personne en 60. »

Il est important pour vous de connaître vos objectifs, votre public et vos intentions avant de vous lancer dans la réalisation et le montage d'un film. La définition de votre vision est un élément essentiel, même si, comme Bresson, vous reconnaissez qu'un film est recréé à chaque étape du processus. C'est pourquoi, lorsque vous réalisez une vidéo, il est bon de commencer à penser à la phase du montage avant même de débuter le tournage. Préparez un scénario et utilisez-le comme fil conducteur pour vous guider au travers des différentes étapes de la production. Cette vision et cette clarté en début de processus seront un atout pour la vidéo (pour de plus amples informations sur la planification préliminaire, voir les chapitres 1 et 3). Certains montages suivent de près le découpage technique du scénario et sont extrêmement structurés, alors que d'autres sont plus organiques et s'inspirent de ce qui a été filmé. Cela dit, dans la salle de montage, il est tout aussi important de suivre le scénario que de vous laisser guider par les images que vous avez devant vous, de les laisser vous parler. C'est là le défi du montage : établir un équilibre entre le scénario et la vision, d'une part, et la réalité du matériel qui existe, de l'autre.

Le montage pour le plaidoyer : l'importance du public

En quoi diffèrent les stratégies de montage, si elles sont destinées au plaidoyer ?

Dans le montage conventionnel, l'histoire est reine. Bien souvent, les monteurs conventionnels n'ont pas de rapports, ou peu, avec les gens ou sujets qu'ils filment. Dans le cas du plaidoyer, l'accent se déplace vers les points suivants :

- Parler à votre public
- Communiquer votre message
- Prendre en considération les questions d'éthique
- Respecter les gens sur qui ou avec qui vous faites le film

Il est évident qu'une bonne histoire joue un rôle essentiel pour remplir ces conditions, mais assurer un équilibre entre le sujet, le monteur et le public acquiert une acuité particulière dans le cadre du montage pour le plaidoyer.

Il y a des milliers de façons de monter un film et des milliers de façons de le monter pour le plaidoyer. Un public composé de jeunes ne réagira pas de la même façon que le

juge siégeant au tribunal. Lorsque viendra le moment d'examiner les différentes manières d'encourager vos spectateurs à « faire quelque chose », vous vous apercevrez peut-être que votre plus grand atout réside dans le pouvoir de l'art, de l'empathie ou de la persuasion ouverte, ou des trois à la fois. D'une manière générale, les images et les histoires sur vidéo – au-delà du mot écrit - ont une capacité sans égal à mettre un visage humain sur n'importe quel sujet, sur n'importe quelle histoire de droits humains. L'enjeu pour le monteur est de donner vie à cette histoire (pour une étude plus approfondie de la définition de votre public, voir le chapitre 3).

Dans le cadre du montage pour le plaidoyer, il est d'une importance vitale de prêter une attention particulière aux questions d'éthique ainsi qu'à d'autres préoccupations uniques à ce genre. Nous reviendrons plus loin dans ce chapitre sur les principales considérations qui s'appliquent à ce contexte.

Outre un message clair et le respect des principes moraux, le montage de vidéos de plaidoyer requiert des ressources : temps, équipement, travail et argent. S'il est vrai que vous pouvez faire beaucoup avec de l'imagination (troc, emploi de bénévoles, options petit budget et technologies traditionnelles), la dure réalité de la réalisation de films est qu'il y aura toujours des coûts incontournables. Un budget soigneusement établi et une planification méticuleuse avant d'entrer en salle de montage peuvent vous épargner, à vous et à votre organisation, bien des maux de tête et des surprises (voir le chapitre 3 sur la préparation d'un budget).

Dans les pages qui suivent, nous n'examinerons que certaines stratégies de « montage pour le plaidoyer » en tirant les enseignements des réussites et des échecs de monteurs et de défenseurs des droits humains à travers le monde. Nous espérons surtout vous inspirer de nouvelles façons de raconter des histoires qui comptent, des histoires qui amèneront votre public – quel qu'il soit – à se lever et à agir.

Qui est le monteur ?

Bien souvent, dans le contexte de défense des droits humains (et dans celui des petits budgets), la personne qui filme sera aussi seule responsable du montage. Il y a certains avantages à n'avoir qu'une seule personne qui travaille en tant que vidéaste et monteur, surtout quand le temps fait défaut. D'abord, le vidéaste/monteur connaît déjà le matériel filmé, les thèmes et l'histoire. Ensuite, le montage est la meilleure façon d'apprendre ce qu'il faudra filmer la prochaine fois. Les vidéastes débutants, en effet, oublient souvent de filmer, au-delà de la seule interview, suffisamment de représentations visuelles d'une histoire ou de plans de coupe. C'est dans la salle de montage qu'ils en viennent à se rendre compte de l'importance que revêtent ces séquences dans le processus de narration visuelle d'une histoire. Ils tirent rapidement les enseignements de leurs erreurs et sont mieux préparés pour leurs prochaines prises de vues. Enfin, troisième avantage, le vidéaste/monteur aura sans doute un contact plus direct avec les individus et communautés représentés, ce qui le rendra plus sensible aux dimensions éthiques du montage que quelqu'un qui en est plus éloigné.

Howard Weinberg, un producteur et conseiller auprès des chaînes de télévision américaines en matière de scénarios pour documentaires politiques et culturels depuis plus de 30 ans, recommande aux organisations de former plusieurs de leurs membres à la création de médias destinés à la distribution. Ils pourront ensuite travailler ensemble et

« se conseiller mutuellement. Il vaut mieux que quelqu'un d'autre fasse le montage que d'essayer de tout faire soi-même. Il est bon de se répartir les rôles ; on est moins solitaire. Vous pouvez découvrir de nouvelles idées en faisant des choses différentes ». Selon son expérience, lorsque deux personnes travaillent ensemble, le monteur est souvent celui qui ne s'est pas rendu sur le terrain et qui porte un regard neutre sur le matériel filmé. Mais, ajoute-t-il, « un monteur peut créer quelque chose qui n'était pas là. Le producteur qui était sur place doit donc veiller à ce que ce soit fidèle à la réalité. La relation et le dialogue entre le monteur et le producteur/réalisateur confinent les possibilités illimitées du montage. »

Sandrine Isambert a été monteuse attitrée de WITNESS pendant deux ans et demi. Dans le studio de montage, elle a travaillé selon le cas, seule ou en étroite collaboration avec des partenaires du terrain en visite. Elle raconte : « il est tellement plus agréable de travailler avec quelqu'un d'autre, de pouvoir rire et partager la même expérience ». Quand vous montez des images, « vous êtes constamment et simultanément tiraillé entre les individus dans la vidéo et vos spectateurs – pour déterminer ce à quoi ils réagiront ». Comme la plupart des spectateurs ne regarderont une vidéo qu'une seule fois, « c'est vraiment la première impression qui compte pour eux et c'est ce qui est difficile à garder à l'esprit quand vous avez vu les images tant de fois et que vous êtes profondément engagé dans l'histoire, quand vous comprenez ce que ressentent les individus qui y sont représentés ».

Un bon monteur a beaucoup de patience. Il doit être prêt à passer des heures dans une pièce sombre à visionner plusieurs fois de suite les mêmes séquences. Peter Weinberg décrit un bon monteur comme une personne capable de « repérer l'information et de l'organiser, qui a un sens du rythme et du flux de l'histoire et qui saura en traduire les émotions ». Quelle que soit la structure ou le contenu de la vidéo, cette faculté de comprendre les réactions émotionnelles que la vidéo suscite à chaque étape est un élément critique du succès de la vidéo. Pour les vidéos de plaidoyer, elle peut également être vitale au succès d'une campagne ou d'un procès en cours.

Un monteur doit être prêt à jeter au panier des semaines de travail au service de la vidéo, dit Franny Armstrong, une réalisatrice de films politiques au Royaume-Uni : « Parfois, vous devez éliminer une scène que vous aimez, parce qu'elle ne cadre pas avec le reste de l'histoire. Un monteur ne peut avoir un ego démesuré, il doit être prêt à se défaire de ses propres créations. »

Le travail d'un monteur implique des heures de prises de décision : la longueur d'un plan, l'utilisation ou non de la musique, la séquence des plans, etc. L'ironie de la chose, c'est qu'un travail de montage sans faille passera sans doute inaperçu du grand public. Sandrine Isambert nous rappelle : « En définitive, quand les gens ne disent rien sur le montage d'une vidéo, c'est qu'il s'agit probablement d'un bon montage. »

Exercice 5.1 : apprenez à identifier les éléments du montage

Cet exercice, qu'il est recommandé de faire en groupe, a pour objectif de vous donner une idée du montage qui se cache derrière un film.

Choisissez un film récent que vous avez aimé. Si vous avez accès aux films de WITNESS, vous pourriez regarder un extrait du film *Books Not Bars* (« Des livres, pas

des barreaux ») et le comparer avec le film *Operation Fine Girl* (« Opération jeune fille honorable ») pour voir deux styles de montage très différents. Vous retrouverez des versions abrégées de ces deux films en ligne à <www.witness.org>.

Commencez par vous familiariser avec la physionomie du montage. Asseyez-vous et regardez la vidéo : tapez du doigt chaque fois qu'il y a une coupure de l'image. Ensuite, faites la même chose avec le montage sonore. Ensuite, divisez le groupe en deux : une moitié tape dans ses mains lors des changements audio et l'autre lors des changements visuels. Vous vous rendrez vite compte qu'ils ne se produisent pas toujours au même moment. Efforcez-vous d'écouter attentivement afin de repérer ces changements, y compris les coupes audio qui peuvent être dissimulées par des plans de coupe ou des images de rouleau B.

Vous acquerrez rapidement une idée de la façon dont se fait le montage, de son rythme et du jeu des éléments visuels et sonores. Bien souvent, si vous n'y avez pas pensé auparavant, vous serez surpris du nombre d'éléments de montage que comprend même le film le plus simple.

Une variante de cet exercice est de demander aux membres du groupe de s'exclamer chaque fois qu'une source différente de matériel audio ou visuel est utilisée (selon la liste présentée dans le chapitre 3).

Conceptualiser un film en vue d'un meilleur montage

Il n'est jamais trop tôt pour penser au montage dans le processus de réalisation d'un film. Peter Wintonick, qui a commencé sa carrière de réalisateur de film il y a plus de 30 ans en tant que monteur, dit : « A chaque étape de la réalisation d'un film, pensez comme un monteur. » Ce qui veut dire penser à votre histoire et comment vous voulez la raconter avant de commencer à tourner afin d'être mieux préparé au moment d'entrer dans la salle de montage.

Joey Lozano souligne l'importance que revêtent un plan de tournage et un découpage technique pour un montage réussi :

> Le concept de l'histoire me vient d'habitude avant le tournage et me guide pendant que je filme. Après le tournage, j'établis la liste des plans afin de déterminer quels visuels sont bons et lesquels sont mauvais. Après quoi, je reviens à mon concept initial de l'histoire et je commence à écrire le script.

En y réfléchissant avant le tournage, vous vous prémunissez contre d'éventuels problèmes au montage et affinez votre histoire. Considérez les premières étapes comme une ébauche : les choses peuvent et doivent changer, mais il est bon d'avoir une vision à condition de rester souple.

Sam Gregory de WITNESS note :

> Un problème que nous rencontrons souvent est le fait que parmi les nombreux points de vue qui seront filmés lors d'un tournage, vous n'en retiendrez peut-être que quelques-uns. Il faut expliquer les décisions de montage au préalable, parce que ceux qui sont filmés s'attendent sans doute à figurer dans le film. Ils ne se rendent peut-être pas compte que 25 heures ont été tournées, mais que la vidéo finale ne durera que 10 minutes ! Vous devez donc expliquer

> qu'au montage, vous ne garderez qu'une fraction des séquences filmées et que vous ne pouvez être rigidement guidé par la politique de représentation. Il n'est pas possible d'inclure tout le monde et les protagonistes du film doivent être choisis en fonction de leur impact escompté sur le public cible, et non en fonction de leur envergure au sein de la communauté ou tout simplement parce qu'ils ont été filmés.

CONSIDÉRATIONS ÉTHIQUES DU MONTAGE

Lorsque vous passez à la phase de postproduction, vous vous éloignez souvent du contexte tangible du tournage, « sur le terrain ». Vous travaillez peut-être dans un studio loin de votre communauté ou vous collaborez avec un monteur qui n'a que peu ou pas de rapports avec les sujets que vous filmez. Vous consacrez désormais votre temps à vos séquences plutôt qu'à la situation sur le terrain. Pour toutes ces raisons, cela veut dire que vous prenez vos distances par rapport à la réalité concrète de la situation afin de pouvoir la « représenter » sur vidéo.

Vous êtes aussi seul avec votre matériel, souvent pendant très longtemps. C'est ce qui vous sépare de votre public, des gens auxquels vous communiquez votre message.

Le processus de montage présente un ensemble complexe de dilemmes moraux qui n'étaient peut-être pas présents au moment du tournage. En tant que monteur et défenseur des droits humains, vous devez vous pencher sur les conséquences potentiellement dangereuses de la façon dont le matériel est assemblé en salle de montage.

Respecter le sujet

Selon Ronit Avni :

> Il est crucial de respecter tous les engagements qui ont été pris pendant le tournage d'une scène ou d'une interview. Il peut devenir très tentant en salle de montage d'utiliser des séquences qui sont hors limite. Vous devez être très clair en ce qui concerne les paramètres du matériel. Pendant le montage, nous avons les outils pour manipuler, changer les mots, reconfigurer les points de vue sans le contexte. Cela peut aider à faire avancer les objectifs de la vidéo, mais cela peut aussi nuire à vos sujets ou mettre leur vie en danger.

Dans le contexte du plaidoyer, que ce soit vos séquences ou celles de quelqu'un d'autre, vous devez comprendre les conditions dans lesquelles le consentement a été obtenu. Si l'interview a été accordée à condition que l'identité de la personne ne soit pas révélée, vous devez prendre les mesures nécessaires afin de garantir son anonymat. Par exemple, la technique que vous utilisez pour dissimuler son identité doit être adéquate. Parfois, l'utilisation des effets numériques pour masquer des détails semblera suffisante dans la salle de montage, mais il n'en va pas de même au sein de la communauté – les vêtements et la voix d'une personne peuvent aussi révéler son identité (voir chapitre 2).

Culpabilité par association

L'acte du montage – placer une image ou un son à côté ou au-dessus d'un autre – est par définition un acte de juxtaposition. Celle-ci peut engendrer des problèmes moraux, que ce

soit sur le terrain ou chez vous, dont vous ne serez peut-être pas conscient dans la salle de montage. Ronit Avni se souvient d'un cas où les producteurs d'une vidéo ne se sont pas rendu compte du danger de la juxtaposition :

> Nous avons un jour fait le montage d'une vidéo sur une situation ravagée par la guerre. Nous avions décidé d'y représenter diverses parties du spectre politique. Quand nous avons envoyé la cassette aux sujets pour leur approbation finale, nous avons reçu un appel paniqué. L'un d'entre eux, qui opérait dans le cadre de la légalité, était terrifié à l'idée d'être dans la vidéo avec une autre personne considérée comme *persona non grata* par le gouvernement. Il a insisté pour que WITNESS supprime l'une ou l'autre interview, car garder les deux aurait été très dangereux. À la fin, nous avons mis tout le film au placard.

Le montage présente des situations dangereuses qui sont entièrement nouvelles. Même si un sujet a donné son plein consentement à une interview, il peut se sentir menacé par la façon dont le matériel est monté. « Dans le cas du montage pour le plaidoyer », souligne Ronit Avni, « il est extrêmement important de veiller par-dessus tout à la sécurité de tous ceux qui sont présentés dans le film. » C'est là l'une des grandes différences avec les nouvelles télévisées et la réalisation traditionnelle de films, où l'interviewé n'a pas son mot à dire quant aux autres points de vue représentés dans le film ou à sa structure éventuelle.

Sam Gregory est d'accord :

> Il peut y avoir conflit entre le montage dramatique et la représentation éthique, lorsque l'on fait une vidéo sur les droits humains. De quelle manière le langage visuel s'accorde-t-il (ou non) avec ce qui est dit ? Par exemple, lorsque vous mettez des images sur l'interview d'une personne, qu'expriment ces images au-delà des mots prononcés ? Vous devez être attentif à la possibilité que les images dramatisent excessivement les propos qui sont tenus. La juxtaposition du son et de l'image est cruciale. Est-ce que vous exagérez ce que dit l'interviewé ? En donnez-vous une représentation erronée ? Par exemple, est-ce que l'interviewé exprime un message de réconciliation, alors que les images que vous montez sur ses paroles sont violentes ? Il vous a fait confiance et compte sur vous pour ne pas faire un mauvais usage de ses propos, et vous ne devez jamais l'oublier.

Manipulation des émotions et dramatisation excessive

Dans le processus de montage, il est facile de banaliser un thème ou un sujet ou de le dramatiser excessivement. Tous deux peuvent poser des problèmes d'éthique pour les sujets et le public. Les producteurs peuvent aussi avoir le sentiment qu'ils doivent montrer la situation « sous son jour le plus mauvais » et se focaliser sur des images brutales plutôt que d'expliquer les raisons de la situation.

La tendance au montage peut être de pousser l'émotion dans les séquences pour les rendre plus dramatiques en utilisant, par exemple, une musique poignante sur images au ralenti et une narration lourde de sens et partiale pour être sûr que le message passera clairement – pour indiquer qu'il est question d'une grave injustice.

Si la musique, l'émotion et le drame font partie intégrante du langage de la réalisation de films, il vous faut cependant faire preuve de mesure quant à leur utilisation. Vous appuyez-vous sur des stéréotypes afin de manipuler vos sujets et votre public ? Prenez

l'exemple de nombreuses organisations caritatives qui utilisent des images d'enfants faméliques sur fond de musique déchirante en vue d'exploiter la pitié des spectateurs et de lever des fonds pour leur mission. Que dit ce type de représentation des enfants sans nom qui y sont dépeints ? Que dit-elle des spectateurs ?

Comme le dit Sam Gregory :

> La question est de savoir quel est le message que vous lancez : représentez-vous l'action ou le désespoir, l'optimisme ou le pessimisme, les victimes ou les survivants ? Donnez-vous l'impression que les sujets du film sont de malheureuses victimes qui ont besoin d'être sauvées ? Ou donnez-vous une voix à ces victimes… donnez-vous à une communauté un moyen d'action qui lui permette de contribuer à la solution ? Il est difficile, surtout quand vous recherchez des donateurs, de ne pas tirer sur la corde sensible. Mais c'est un cercle vicieux qui perpétue les perceptions erronées, si vous commencez à le faire. Les spectateurs finissent par se lasser et se sentir manipulés par ces images, et si vous représentez les gens dans votre vidéo comme des victimes, vous dépossédez précisément les personnes que vous cherchez à faire entendre.

En tant que monteur, vous êtes l'intermédiaire entre le sujet et le public. Vous avez le pouvoir de perpétuer les stéréotypes ou de plaider pour une nouvelle relation entre le public et les sujets sur un pied d'égalité. Comme le dit le photographe Lewis Hines, connu pour sa conscience sociale, à propos de sa carrière : « Je veux montrer les choses qui devraient être changées. Je veux montrer les choses qui devraient être admirées. » Laissez les sujets de vos films et votre réalisation montrer ces deux facettes.

Joey Lozano explique que son approche à l'activisme par vidéo a évolué au cours des ans :

> Si vous vous rendez dans une communauté qui n'a que des problèmes et aucune solution, vous finirez avec le genre de vidéo qui porte uniquement sur ces problèmes et vous risquez de ne montrer que le côté désespéré de la situation. Le fait de ne pas présenter un espoir à la communauté peut avoir des effets très préjudiciables… Dans le passé, à mes débuts, quand j'essayais de produire des vidéos, je tombais toujours dans le piège de représenter le côté désespéré de la situation. Ça ressemblait davantage à des vidéos de propagande qui peuvent être très utiles à certains moments, par exemple sous la loi martiale [aux Philippines]. C'était bien à ce moment-là. Mais je pense qu'il est temps de montrer les aspects positifs, les combats positifs des gens qui sont affectés par ce type de situation néfaste. Je crois que l'effet, pour les gens qui regardent ce genre de vidéo, est de leur donner envie d'essayer les solutions qui sont proposées. Et non d'être paralysés par des situations qui semblent sans espoir. Il serait donc bien qu'une vidéo montre le côté plus positif du combat des gens.

Objectivité par opposition à propagande

L'une des questions clés de la vidéo de plaidoyer est de savoir s'il faut présenter les deux côtés de l'argument. La tradition journalistique, notamment aux États-Unis, veut que l'on montre toujours ces deux côtés et que l'on offre une perspective clairement équilibrée, où les différentes positions reçoivent le même temps d'antenne.

Mais dans bien des cas, les vidéoactivistes ont le sentiment que l' « autre côté » (à savoir, le gouvernement, les figures d'autorité) a déjà eu suffisamment de couverture, étant fréquemment présenté à la télévision, dans les journaux et les autres médias. Ils

pensent que la vidéo qu'ils réalisent est leur chance de présenter leur point de vue, souvent pour la première fois. Pourquoi accorder plus de temps à l'autre côté, quand il est déjà couvert par tous les autres médias ?

Et pourtant, pour certains publics, il est très important de présenter un « journalisme objectif » et de donner la parole à l'autre côté. Gillian Caldwell explique :

> Faire cela revient à dire: « Nous avons donné à l'autre côté la possibilité de s'exprimer ». Cela dit aussi que nous avons entrepris toutes les démarches nécessaires et recouru aux mécanismes locaux et que cela n'a pas marché. Par exemple, si nous allons à la police et lui demandons pourquoi elle n'a pris aucune mesure, nous prouvons à nos spectateurs qu'il y a une politique d'inertie au niveau local et qu'il nous faut, par conséquent, remonter plus haut, au niveau national, voire international.

Dans certains contextes des droits humains, une telle approche permettra de démontrer qu'une action internationale est nécessaire, étant donné que tous les recours à l'échelon national ont été épuisés.

Présenter l'autre côté peut aussi conférer plus de poids à votre argument. Peter Wintonick observe que les gens « mettent souvent les pieds dans le plat ». Dans une scène classique du film *Manufacturing Consent: Noam Chomsky and the Media* (« Chomsky, les médias et les illusions nécessaires »), Peter Wintonick et son coréalisateur Mark Achbar ont alterné les points soulevés par Chomsky et ceux de l'un de ses détracteurs au *New York Times*. Wintonick note que c'est l'une des scènes les plus fortes de la vidéo, parce que la présentation de l'opposition ne fait que renforcer le poids des arguments de Chomsky.

Les spectateurs reconnaissent la propagande quand ils la voient. « Si vous utilisez une massue au lieu d'une touche légère, cela a en général un effet néfaste », avertit Peter Wintonick. Martin Atkin, un producteur à Greenpeace, est d'accord :

> Bien que vous cherchiez à faire passer un message, vous devez faire preuve de subtilité. À Greenpeace, j'essaie depuis quelque temps de mettre en sourdine la marque Greenpeace. Nous avons récemment envoyé une équipe en Irak pour enquêter sur la contamination par radiations due aux déchets radioactifs dans l'ensemble du pays. Nous avons envoyé un vidéaste et un photographe. Ils avaient le logo Greenpeace sur tout leur équipement, leurs t-shirts, leurs casquettes. Ils avaient le logo partout. Chaque plan que nous avons monté contenait ce logo. Quand j'ai essayé de placer ces images auprès des chaînes de télévision, elles ne voulaient pas les utiliser. Elles m'ont dit : « Si c'était Shell ou n'importe quelle autre marque de société, nous ne l'utiliserions pas. Alors pourquoi est-ce qu'on utiliserait la vôtre ? Pourquoi vous ferait-on de la publicité gratuite ? »

Gillian Caldwell réplique :

> La propagande pure est parfois exactement ce que vous recherchez ! Par exemple, dans les annonces d'intérêt public, vous n'avez que quelques secondes pour faire passer un message percutant auprès d'un large public. Vous devez dire ce que vous avez à dire et vous devez le dire vite. Mais si ça ne résonne pas, s'il n'y a aucun être humain auquel s'identifier, ça tombera à plat. Nous avons produit une annonce d'intérêt public vibrante en faveur de la ratification de la Cour pénale internationale qui a eu un fort impact auprès du public – et nous n'y sommes pas allés de main morte.

Don Edkins, du projet STEPS en Afrique du Sud, avertit :

> Les campagnes de communication sur le VIH/SIDA en Afrique du Sud ont aujourd'hui tendance à rebuter les gens. Les affiches, les annonces d'intérêt public patentes ont un ton sermonneur. Les gens en ont assez, il y a une certaine lassitude. C'est pourquoi, en tant que réalisateurs, nous avons pensé à utiliser des histoires afin de ne pas avoir l'air de donner des leçons. Nous nous sommes dit : « Pourquoi ne pas créer des histoires autour de différents personnages ? ». Nous nous sommes aperçus que les gens réagissent davantage à des histoires vraies. L'autre chose que nous avons apprise, c'est que les gens aiment voir leurs propres histoires, tirées de leur propre communauté et filmées par leurs propres réalisateurs. Les gens veulent voir des vidéos sur l'endroit où ils vivent.

Ancienne école et nouvelle école : tradition ou avant-garde

L'une des questions débattues dans les milieux de réalisation de films de plaidoyer est celle de l'esthétique et de l'utilisation de la grammaire conventionnelle du montage. Dans les milieux activistes, la discussion tourne autour de l'équilibre à atteindre entre la percée de nouveaux horizons et le recours à l'esthétique, la réalisation, les techniques de narration et les styles de production traditionnels. Liz Miller demande : « Comment pouvons-nous présenter nos sujets au grand public, tout en le faisant de façon respectueuse ? Devons-nous utiliser une esthétique familière pour faire passer notre message ? Perdons-nous le message dans la foulée ? »

Quelle que soit la manière dont vous abordez les questions d'esthétique, d'innovation et de contournement des règles, l'important est de comprendre votre public et de savoir comment il réagira. Pendant le montage, vous devriez constituer un groupe d'individus qui ressemblent à votre public cible pour « tester » votre montage bout-à-bout dans le cadre de projections de travail avant de finaliser votre vidéo. Comprennent-ils ce que vous essayez de faire ? Y sont-ils réceptifs ?

Stephen Marshall de GNN observe :

> Beaucoup de gens « de gauche » pensent que notre style (montage sur fond de musique dans le style des vidéos musicales avec des montages lourds et des effets spéciaux) donne la priorité au style par rapport au contenu, que nous délégitimons les questions que nous traitons. Je crois que c'est une excuse de leur part pour n'avoir pas appris à utiliser ce média. Notre public cible, ce sont les 20-35 ans. Je n'ai aucun espoir pour les gens de la génération de mes parents. C'est une véritable révolution de l'ordinateur de bureau. Et pourtant, il est incroyable de voir que si peu de groupes utilisent ces techniques révolutionnaires que nous offre la technologie pour inspirer toute une nouvelle génération. L'avantage de notre style, c'est que nous savons que notre public regarde nos vidéos en moyenne deux ou même trois fois. C'est une expérience complètement différente de celle du documentaire, par exemple, qui n'a qu'une seule chance de faire passer son message – parce que les spectateurs ne le regardent qu'une seule fois. Les grandes sociétés sont toutes en train d'exploiter cette vague pour attirer l'attention de la jeune génération et elles y travaillent dur. Nous devons donc nous mettre à la page et chercher à l'atteindre de la même façon.

Gillian Caldwell remarque :

GNN s'adresse à un public très précis, mais néanmoins important. Ses vidéos ne vont pas convaincre les décideurs, mais elles peuvent mobiliser des gens qui auront un autre type d'impact. Je pense que tous ces genres ont leur place et leur heure, et qu'ils peuvent se renforcer mutuellement même si leur présentation et leur impact peuvent être très différents.

Gérer les images violentes et difficiles

Immanquablement, quand vous travaillez avec la vidéo dans le contexte des droits humains, vous serez à un moment ou à un autre confronté à des images de violence, de torture, de souffrance et même de mort. Quelles sont les responsabilités du monteur par rapport à la gestion et à l'utilisation de ce matériel ?

Ronit Avni suggère les critères suivants :

Si les images brutales mettent en lumière une situation dont un certain public cible n'avait pas conscience et si elles n'exploitent pas les gens qui y sont filmés, s'il y a un contexte, alors oui, utilisez ces images. Mais si elles sont utilisées, par exemple, dans une vidéo musicale (sans mise en évidence du contexte) simplement pour choquer et titiller, c'est problématique. Ce sont des questions difficiles, parce que l'art a parfois pour but de choquer et de titiller. Mais dans le cadre du plaidoyer, le contexte doit apparaître clairement. Les spectateurs apprendront-ils quelque chose de nouveau ? Qu'en penseront-ils ? Est-ce que ça les amènera à faire davantage que de simplement regarder la vidéo ?

Une image montrant la réalité dans toute sa brutalité, si elle est utilisée dans le contexte approprié, peut renforcer l'argument que la situation est grave et réelle et qu'elle a des conséquences réelles. « Ils se rendent compte que ce n'est pas Hollywood », dit Sandrine Isambert. Par exemple, dans les dernières scènes de la vidéo *Rule of the Gun in Sugarland* (« La loi du fusil au pays du sucre »), Joey Lozano a monté des séquences de Ananias Tahuyan, un membre de la coalition des peuples autochtones NAKATAMA, agonisant devant la caméra. Le reste de la vidéo avant cette scène établit le contexte entourant l'assassinat de Tahuyan. Depuis des années, les membres de NAKATAMA, une coalition de tribus autochtones des Philippines, sont harcelés, intimidés et même assassinés, dans le but de les empêcher de poursuivre par des moyens juridiques et pacifiques la revendication de leurs terres ancestrales. La vidéo indique aussi ce qu'un public international peut faire pour amener justice à NAKATAMA.

Étude de cas : utilisation de la musique et d'un montage hip-hop pour le plaidoyer

La courte vidéo musicale *Diamond Life* (« Vie de diamants ») est la première vidéo de Guerrilla News Network (<www.gnn.tv>). Montée sur fond de musique hip-hop, *Diamond Life* examine l'impact violent du commerce de diamants sur la vie en Afrique. La vidéo contient des images extrêmement brutales, en enchaînement rapide, et a été critiquée pour avoir délibérément tenté de choquer.

Stephen Marshall de GNN explique :

Diamond Life est notre première vidéo. Nous voulions réaliser un documentaire interdit au moins de 18 ans ; nous voulions nous adresser à la culture hip-hop à laquelle nous sommes étroitement liés. Dans la culture hip-hop, les gens sont couverts de diamants. Nous voulions

montrer les expériences traumatisantes que subissent les gens en Afrique à cause du commerce des diamants. La vidéo comporte des scènes extrêmement violentes de meurtre et de torture commis par des enfants-soldats. Mais nous nous adressions à un public que nous jugions déjà insensibilisé et nous parlions aussi aux jeunes filles qui rêvent de leur premier diamant.

Nous avons lancé notre organisation avec cette vidéo et beaucoup de gens sont venus nous dire par la suite qu'ils n'achèteraient jamais de diamants à cause de notre vidéo. Mais nous avons aussi appris de certains enseignants que les gosses se passaient la vidéo uniquement pour l'effet de choc. Nous sommes au milieu d'une guerre médiatique, parfois on tape dans le mille, parfois on passe à côté. Aucune stratégie ne va marcher à 100% tout le temps. Mais ce que nous voulions démontrer, c'est que malgré toute la violence que l'on voit dans les médias, la guerre elle-même tend à être édulcorée par ces mêmes médias et nous voulions dénoncer cela.

Si vous décidez d'utiliser ces images, Sandrine demande : « Le public pourra-t-il le supporter ? Quelqu'un se fait tuer devant la caméra. Vous ne pouvez en atténuer l'effet, vous ne pouvez le rendre plus dramatique. C'est très, très difficile. » La question clé est : avez-vous montré à sa juste valeur la vie de cette personne - et sa mort ?

Vous devez aussi veiller à tester la vidéo qui en résulte auprès d'individus qui ne travaillent pas dans le domaine des droits humains, car celles et ceux qui traquent les violations peuvent avoir oublié comment un public moins exposé réagira à des images de violence extrême ou de mort. Comme le souligne Sandrine :

> C'est très difficile, parce que quand vous travaillez dans les droits humains, ce n'est pas que vous vous habituiez à [des situations brutales, violentes], mais en tant que monteur, même si vous avez du mal à regarder ces images, vous devez le faire. Vous devez parfois vous rappeler que les gens ne sont pas habitués à ce genre d'histoires. Vous devez toujours essayer de vous mettre à la place de quelqu'un d'autre.

Les recherches ont montré que les gens réagissent aux séquences violentes en oubliant les images qui les précèdent ou le contenu audio de la séquence elle-même – évaluez donc le risque que ce genre d'images dans votre film nuise à la capacité de votre public à suivre l'histoire.[3]

Si vous décidez de monter une vidéo en incorporant des images brutales, vous devez aussi inclure une information dans la documentation d'accompagnement de la projection qui prépare les spectateurs à ce qu'ils vont voir. Vous pouvez aussi placer un carton-titre en début de film qui avertit les spectateurs de son contenu explicite ou violent.

Mais, fondamentalement, vous devez vous demander quel est le but que vous poursuivez avec l'usage d'images violentes. Quel message lancez-vous ? Le concept de « vortex traumatique » a été proposé par le psychologue Peter Levine pour décrire le processus en spirale qui amène une personne à revivre un traumatisme qui dépasse le cadre d'une expérience normale dans la vie. Les médias peuvent jouer un rôle néfaste en maintenant ce vortex quand ils reproduisent des images de violence.

Ronit Avni dit :

> L'une des raisons pour laquelle j'ai fondé Just Vision était que je voulais montrer des modèles constructifs de gens essayant de faire *quelque chose* contre la violence qui

> empoisonne Israël et la Palestine, et pas seulement de nouvelles images de violences, de violations et de persécutions. Le plaidoyer par vidéo ne doit pas nécessairement se concentrer sur la violence, les images qui font sensation, le renforcement du paradigme victimes/bourreaux. Cela dépouille tout le monde de sa capacité d'agir et déshumanise. Le monde a besoin de plus de modèles vivants, contemporains d'engagement civique, de leadership et de activisme. Les images sensationnelles laissent les spectateurs fixés sur la violence, obsédés par celle-ci, mais elles les dépouillent aussi de leur pouvoir d'action.

Exercice 5.2 : traiter la violence

La production de Guerrilla News Network, *The Diamond Life*, avait en tête un public très précis. Si vous en avez la possibilité, allez sur le site de WITNESS <www.witness.org> et regardez la vidéo qui se trouve dans la section Rights Alert. Quelle est votre réaction à la façon dont elle a été réalisée ? Analysez sa construction et la manière dont elle traite les images spécifiques de violence. Imaginez les différentes façons dont vous pourriez monter le même matériel pour un public différent. Que supprimeriez-vous ? Que voudriez-vous rajouter ? À votre avis, l'utilisation d'images violentes se justifie-t-elle ici ? Discutez en groupe de vos sentiments et de vos réactions à ces images.

Effets psychologiques d'images violentes

Le fait de regarder à plusieurs reprises des images violentes pendant le dérushage, la transcription et le montage du matériel filmé peut entraîner des effets affectifs et psychologiques. Les monteurs et autres personnes travaillant à la production peuvent éprouver de la culpabilité ou souffrir d'anxiété, de troubles du sommeil ou de cauchemars. Parfois, ces symptômes sont les manifestations d'un état psychologique bien connu, le traumatisme secondaire, qui est présenté plus en détail dans le chapitre 2. L'une des réactions fréquentes est le sentiment d'être le témoin d'un abus qu'on n'a pas les moyens de faire cesser.

Selon Sandrine Isambert, les monteurs, dans n'importe quel contexte, en viennent à avoir l'impression qu'ils connaissent intimement les sujets grâce au montage. « Je me sens particulièrement émue quand je monte des séquences de réfugiés », dit-elle, « parce que je me demande toujours ce qui leur est arrivé ».

Sandrine conseille :

> Vous devez faire des pauses fréquentes. Ce n'est pas toujours facile d'être dans le bon état d'esprit. Avec des images de guerre, de gens qui meurent devant la caméra, vous vous concentrez, vous retenez votre souffle en permanence. Vous regardez ces images maintes et maintes fois et vous devez rester détaché, alors que vous essayez de monter une séquence pleine d'émotion. Il est extrêmement difficile de conserver un équilibre.

Le respect du public, de la profession, des faits

Un bon monteur respecte le public. Entre la générosité de l'information et la condescendance, il n'y a souvent qu'un pas. C'est un exercice difficile que d'expliquer

les choses en détail sans traiter le spectateur comme s'il était inférieur ou manquait d'informations.

Être responsable veut aussi dire respecter les faits. Si vous les manipulez, vous nuirez à votre message, à vos sujets et à votre public. Sandrine insiste :

> Vous devez veiller à ce que vos informations soient tout à fait exactes. Vous ne pouvez vous tromper. Il y va de votre crédibilité. La question que vous traitez est tellement importante et vous voulez que les gens vous croient. Vous devez toujours vérifier vos sources.

En tant que monteur, vous avez aussi une responsabilité vis-à-vis de la profession naissante qu'est la « vidéo de défense des droits humains » et de la communauté plus large des droits humains et de la justice sociale. Vous avez une responsabilité vis-à-vis de vos collègues. Un mauvais film peut porter préjudice à tous ceux qui utilisent ce média pour le plaidoyer – il peut discréditer les autres vidéoactivistes et rendre les spectateurs moins réceptifs, plus cyniques.

LES ÉTAPES PRATIQUES DU MONTAGE POUR LE PLAIDOYER

Préparer le montage

Point focal

Vous devez avoir une idée claire au départ et définir votre message ainsi que le public que vous visez. Peter Wintonick dit :

> Le montage commence par une idée. De quoi parle la vidéo, qui sont les sujets, où se déroule-t-elle ? Où pointez-vous votre caméra ? Sur quoi porterez-vous votre attention et que laisserez-vous de côté ? Après cela, vous pouvez commencer à construire votre argument et votre message et d'un point de vue logistique, réfléchir à la courbe et à la structure du montage de la vidéo.

Sam Gregory explique :

> Le problème le plus fréquent, lorsque les gens commencent à faire une vidéo de plaidoyer, c'est qu'ils essaient souvent de mettre trop de choses dans une seule vidéo. Il semble logique de vouloir traiter toutes les questions, surtout si c'est la première fois que vous utilisez la vidéo et que vous ne savez pas si l'occasion se représentera. Mais une vidéo doit vraiment avoir un point focal. Votre public et vous devez savoir quel est le sujet qui vous importe et ce que vous essayez d'en dire.

Avant de commencer la phase de montage, comme nous l'avons évoqué dans le chapitre 3, consacrez du temps à développer l'idée centrale et à en tracer les grandes lignes. La suite du processus s'en trouvera facilitée, ce qui vous permettra de créer un message plus pointu et plus fort.

À chaque étape de la réalisation du film, gardez en tête le processus de montage afin de créer chaque pièce du puzzle qui s'imbriquera facilement sur le banc de montage.

Au montage, les décisions porteront sur la structure de votre œuvre, c'est-à-dire sur la façon dont les pièces du puzzle s'emboîteront les unes dans les autres afin de former le film que vous désirez.

La postproduction

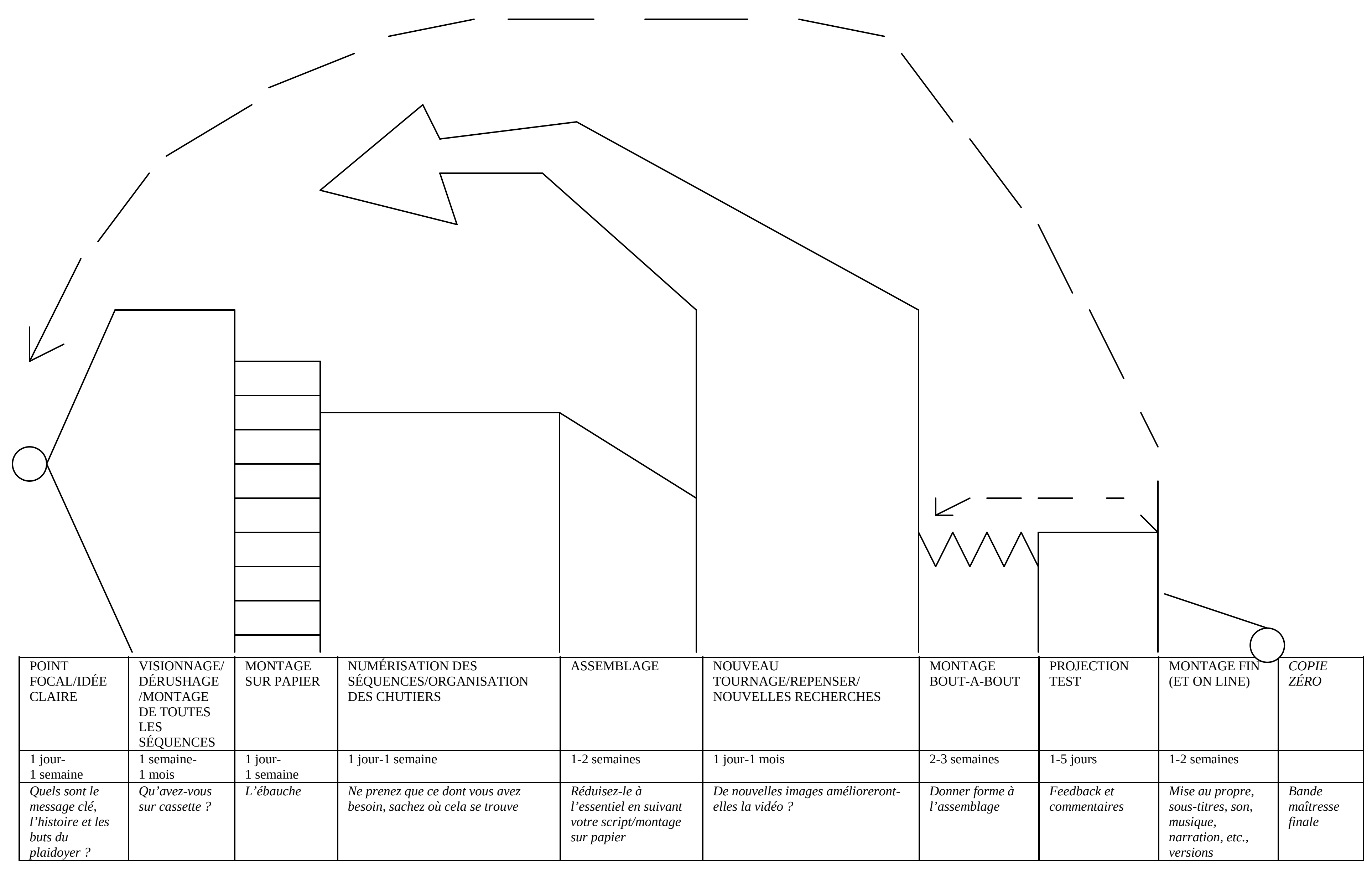
Dans les chapitres 3 et 4, nous avons parlé de la conceptualisation et de la recherche, de la préproduction et de la production. Nous abordons maintenant l'étape de la postproduction, qui comprend :

- Le visionnage, le dérushage et la transcription de vos séquences
- La préparation d'un montage sur papier et d'un script
- Le montage par assemblage de la vidéo
- La comparaison de l'assemblage avec le script et la question de savoir si vous êtes resté fidèle aux concepts ainsi qu'aux public et objectifs de plaidoyer de départ.
- La création du premier montage bout-à-bout en affinant l'assemblage
- La projection test du film auprès d'un public choisi pour son feedback, ses commentaires et suggestions
- La création d'un nouveau montage bout-à-bout si besoin
- La création d'un montage fin de la vidéo qui incorpore le feedback constructif de votre public choisi et les révisions du script, ainsi que les éléments sonores tels que la musique. A ce stade, vous n'en êtes qu'à la moitié de l'étape de postproduction
- La création du montage final.
- La réalisation du montage « on line », c'est-à-dire la finalisation de la vidéo, où l'on rajoute les graphismes, le montage sonore final, la numérisation du film en haute résolution et la création des différentes versions. La figure 5.1. vous donne une idée du temps que prendra le processus de montage.

Le tableau 5.1 vous donne un fil conducteur général et idéal pour le temps de montage en fonction de la longueur d'un film.

Tableau 5.1 Combien de temps prendra la postproduction ?

Longueur finale de la vidéo	*Durée du montage*
5-12 minutes	2-3 semaines
12-18 minutes	3-4 semaines
18-30 minutes	4-6 semaines
30-60 minutes	6-12 semaines



POINT FOCAL/IDÉE CLAIRE	VISIONNAGE/ DÉRUSHAGE /MONTAGE DE TOUTES LES SÉQUENCES	MONTAGE SUR PAPIER	NUMÉRISATION DES SÉQUENCES/ORGANISATION DES CHUTIERS	ASSEMBLAGE	NOUVEAU TOURNAGE/REPENSER/ NOUVELLES RECHERCHES	MONTAGE BOUT-A-BOUT	PROJECTION TEST	MONTAGE FIN (ET ON LINE)	*COPIE ZÉRO*
1 jour- 1 semaine	1 semaine- 1 mois	1 jour- 1 semaine	1 jour-1 semaine	1-2 semaines	1 jour-1 mois	2-3 semaines	1-5 jours	1-2 semaines	
Quels sont le message clé, l'histoire et les buts du plaidoyer ?	*Qu'avez-vous sur cassette ?*	*L'ébauche*	*Ne prenez que ce dont vous avez besoin, sachez où cela se trouve*	*Réduisez-le à l'essentiel en suivant votre script/montage sur papier*	*De nouvelles images amélioreront-elles la vidéo ?*	*Donner forme à l'assemblage*	*Feedback et commentaires*	*Mise au propre, sous-titres, son, musique, narration, etc., versions*	*Bande maîtresse finale*

Figure 5.1 Déroulement dans le temps du montage et de la production

Au cours d'un véritable processus de montage, un film peut avancer, revenir en arrière, voire même retourner au point de départ au fil des étapes décrites ci-dessus. Ce qu'un individu appelle assemblage sera peut-être le montage bout-à-bout pour un d'autre ; c'est très subjectif. Chaque film suit son propre trajet et chaque monteur a sa façon individuelle de parcourir ces différentes étapes. En outre, les estimations de temps ne sont données qu'à titre indicatif.

Dans la réalité, une vidéo de plaidoyer peut être soumise à des contraintes sérieuses de temps et de moyens. Les membres d'une communauté, par exemple, ne pourront prendre que quelques jours loin de leur famille et de leur travail, surtout si les studios de montage se trouvent dans une ville éloignée. Ou peut-être vous faut-il sortir votre film rapidement pour répondre en temps opportun à des échéances politiques. Il y a plusieurs façons de réduire la durée de la postproduction :

- Faites un court-métrage : un film de moins de 10 minutes peut aider à réduire la durée de la postproduction et constitue un format qui convient à de nombreux publics.
- Tournez des séquences limitées, mais néanmoins efficaces.
- Visionnez et dérushez votre matériel à l'aide de votre caméra sur le terrain.
- Élaborez un montage substantiel sur papier avant d'entrer dans le studio.
- Ne prévoyez qu'un ou deux jours en studio pour le montage bout-à-bout, faites une copie du film et retournez dans la communauté. Organisez des projections et effectuez les changements sur papier. Retournez quelques semaines plus tard au studio pour un jour, une fois que vous savez exactement quels sont les changements que vous voulez faire.
- Utilisez les nouvelles technologies qui vous permettent de procéder au montage sur le terrain (ordinateurs portables dotés d'un logiciel de montage peu onéreux). Amenez le monteur dans la communauté, si vous en avez les moyens.

Montage linéaire ou non linéaire

Il y a deux façons distinctes de procéder au montage : linéaire et non linéaire.

Le *montage linéaire* est l'ancienne procédure de montage selon laquelle les images doivent être assemblées dans l'ordre, du début à la fin. L'avantage du montage linéaire est qu'il force le réalisateur ou le monteur à être extrêmement bien organisé et attentif au détail pendant l'ensemble du processus afin que toutes les pièces se mettent en place. Le désavantage, c'est que les modifications de l'ordre ou de la longueur des segments sont difficiles à faire. Les séquences insérées doivent correspondre exactement à la longueur de la séquence qu'elles remplacent. Il n'est donc pas facile d'effectuer des changements rétroactifs.

Le *montage non linéaire* est une procédure de montage réalisée sur ordinateur et qui permet aux images d'être assemblées et réassemblées dans n'importe quel ordre. Bien souvent, le montage non linéaire se fait selon un plan chronologique. L'avantage du montage numérique assisté par ordinateur est qu'il permet au monteur de faire des modifications n'importe où et n'importe quand. Vous pouvez aisément sauvegarder des

versions multiples d'un film, vous souvenir des montages qui laissent à désirer et les détruire.

Peter Wintonick retrace la longue histoire du montage et conclut :

> De la bande magnétique au montage virtuel, tout se passe dans la tête et non dans la machine. Bien sûr, la technologie peut influer sur les types de montage et l'esthétique, mais j'avancerai qu'il n'y a aucun style de montage – à présent ou qui puisse être inventé à l'avenir - qui n'aurait pu être utilisé dans les années 20, ou qu'on ne pourrait voir dans un film comme le classique de l'époque, *L'Homme à la caméra* de Vertov. […] Ce n'est pas une question de technologie. Le grand montage est l'absence de montage. C'est-à-dire un montage rendu invisible. Laissez votre matériel parler au public à travers vous. Sans avoir besoin d'ajouter trop d'ego ou d'effets pyrotechniques pour distraire les gens de la vérité d'une scène, d'un personnage, d'un film.

Quel que soit le système que vous utilisez, Franny Armstrong, réalisatrice politique, remarque que « ce n'est pas l'utilisation d'un logiciel qui fait le montage. C'est comme appuyer sur les touches d'un piano : ça ne fait pas de vous un musicien. Le montage, c'est dans la tête. »

Options traditionnelles de montage et montage sur le terrain

Il est important de savoir que les méthodes les plus simples de montage (linéaire) sont faciles à utiliser et peuvent donner des résultats acceptables. Vous n'avez besoin que de deux machines : une pour la lecture, l'autre pour l'enregistrement, quelques câbles et du temps. Vous pouvez monter une vidéo caméra à caméra, magnétoscope à magnétoscope et magnétoscope à caméra.

Un réalisateur au Canada a démontré que l'on pouvait faire une vidéo avec *une seule* caméra et il a appelé son film *$19.49*, le prix que lui a coûté la cassette. Il a littéralement monté son film pendant qu'il le tournait, filmant un plan après l'autre dans l'ordre des séquences qu'il avait prévues pour la vidéo. C'est ce qu'on appelle le montage dans la caméra.

Organiser votre matériel

Avant le montage, vous devez organiser et préparer votre matériel. La préparation peut vous faire gagner beaucoup de temps par la suite.

Vous devez d'abord vous assurer que vos cassettes sont étiquetées correctement. Si elles n'ont pas été numérotées ou étiquetées pendant que vous tourniez, faites-le maintenant ! Si vous utilisez du matériel provenant de plusieurs sources, créez un système de numérotation ou d'appellation des différents types de matériel. Par exemple, si vous avez trois sources de matériel : séquences originales tournées par Juan, séquences originales tournées par Gabriela et images d'archives tirées des nouvelles télévisées, vous pourriez étiqueter toutes les bandes de Juan dans la série 100 (100, 101, 102, etc.), celles de Gabriela dans la série 200 (200, 201, 202, etc.) et celles des archives dans la série 300.

Maintenant, asseyez-vous et regardez toutes les séquences en prenant des notes (pas un dérushage, des notes) de vos opinions, idées et émotions pendant que vous regardez ces images. Vous devez peut-être les regarder plusieurs fois, ce qui rend le processus long

et laborieux. En effet, si vous avez plus de 50 heures de matériel, il vous faudra plus de 50 heures pour le regarder !

Ce processus qui consiste à visionner le matériel vous permet de l'absorber dans la « base de données » de votre cerveau afin que vous puissiez vous y référer par la suite pour construire votre vidéo. « Familiarisez-vous avec vos séquences. Ne vous laissez pas effrayer par les parties qui sont problématiques », dit Liz Miller, réalisatrice et enseignante. Vous commencerez aussi à repérer les endroits qui posent des problèmes : quels plans ne marchent pas (y compris ceux que vous pensiez être bons), quel son est de mauvaise qualité, quel matériel manque-t-il.

Puis, commencez à dérusher le matériel, ce qui veut dire transcrire tous les dialogues et noter tous les éléments visuels et sonores disponibles. En utilisant un formulaire de dérushage (voir annexe II), le but ici est d'identifier et de noter toutes les informations pertinentes dans un journal ou une base de données afin de vous y référer ultérieurement. Il est également important de consigner le code temporel, si possible (voir le chapitre 4 pour de plus amples informations sur le code temporel). Ensuite, si vous le pouvez, imprimez le dérushage et rangez-le dans un classeur ou un dossier auquel vous pouvez accéder facilement. Étiquetez les classeurs de façon adéquate.

Liz Miller explique :

> Pendant le visionnage sur le banc de montage numérique, vous pouvez compiler et capturer une bande sans la numériser, ce qui veut dire que lorsque vous regardez votre bande, vous marquez les points d'entrée et de sortie des plans. Vous conservez ce catalogue imaginaire que vous pourrez parcourir par la suite afin de décider quelles séquences vous voulez capturer.

A ce stade, il vous faut aussi évaluer la qualité de l'image et du son. Sandrine Isambert explique :

> Si votre son est de mauvaise qualité, il n'y a pas grand-chose que vous puissiez faire. Si vous avez une interview et que vous ne pouvez pas l'entendre, même si vous la sous-titrez, le public ne vous fera pas confiance, parce qu'il se demandera peut-être si c'est vraiment ce que dit la personne. Autrement dit, si votre son est mauvais, vous pouvez le jeter à la poubelle - vous ne pouvez pas utiliser l'interview, car elle risquerait de compromettre votre crédibilité. Mais si les séquences sont destinées à être utilisées comme des images de rouleau B, le son sera moins important. Si vous tournez une interview dont les images sont exécrables, mais que le son est bon, le public sera plus indulgent. Et une fois que vous avez établi qui parle, vous pouvez le couvrir avec des images de rouleau B. Même si l'arrière-fond est bruyant, vous vous en sortirez. Mais vous devez vous assurer que ces extraits sont très forts et sont d'une importance essentielle pour votre vidéo.

La structure du montage sur papier

Avec le montage sur papier, vous tentez pour la première fois de tracer les grandes lignes du film en fonction de tous les éléments à votre disposition - l'image, le son et peut-être la narration. On l'appelle un montage sur papier, parce que vous écrivez votre séquence sur une feuille de papier ou des fiches en incorporant tous les éléments et en fonction des résultats du dérushage et du visionnage des images. Vous n'avez pas besoin d'écrire tous

les détails : à ce stade, vous établissez le lien entre les éléments. Vous pouvez intervertir les fiches et les scènes à loisir.

Howard Weinberg signale :

> Vous n'avez pas à suivre servilement votre montage sur papier, mais il aide à structurer votre vidéo. N'essayez pas de terminer votre vidéo trop rapidement. Vous êtes en train de bâtir une maison. Vous construisez les fondations, puis la charpente et ce n'est qu'après que vous plâtrez.

Pendant la phase de construction de la « maison », certains travaillent avec des fiches pour les aider à visualiser et organiser le matériel. Gabriela Zamorano d'UCIZONI, au Mexique, aime utiliser cette méthode. Elle a reporté tous les plans visuels et sonores sur différentes fiches et les a organisées selon différentes configurations pour construire ses vidéos. « Nous étions dépassés par la quantité de matériel que nous avions et pouvoir jongler avec les fiches nous a aidés. C'était vraiment un avantage de pouvoir le faire avant d'arriver à la machine de montage. »

Il vous faudra peut-être considérer également combien de versions différentes de votre film vous prévoyez de faire. Y aura-t-il une version plus longue pour les membres engagés de la communauté et une version plus courte pour les efforts de lobbying ? Gardez à l'esprit le fait que deux versions radicalement différentes nécessiteront peut-être deux phases distinctes de montage, voire même différents types de matériel à filmer. Il est possible de modifier légèrement une version (en changeant la narration, par exemple) et il peut être assez facile de faire une version plus simple et plus courte.

Dans le contexte du plaidoyer, le début du montage est le moment idéal pour prendre contact avec les partenaires de plaidoyer qui sont associés à la vidéo, voire même d'en trouver de nouveaux. Sam Gregory suggère :

> Il peut être bon de rechercher de nouveaux partenariats à ce stade. Vous pouvez obtenir d'ONG et d'autres partenaires qu'ils se joignent à vos efforts au moment de la rédaction du script. De cette façon, vous vous assurez que leurs sujets et leurs contributions sont traités dans le produit final et que vous avez de solides alliés pour la phase de distribution.

Pour de plus amples informations, voir le chapitre 7 et <www.mediarights.org>, un site web très utile qui contient des articles sur la recherche de partenariats et la planification des actions de sensibilisation du public pendant la phase de production.

Numérisation et organisation des chutiers

Si vous faites le montage sur un ordinateur, la première étape est de transférer - renumériser - les plans dont vous pensez avoir besoin sur le disque dur de votre ordinateur ou un autre disque dur externe. Cette procédure crée une copie numérique de votre matériel qui vous permet ensuite de le travailler avec un logiciel de montage non linéaire.

Lorsque vous numérisez, vous enregistrez vos plans dans des dossiers nommés « chutiers ». Vous pouvez organiser ceux-ci dans un premier temps selon la numérotation de vos cassettes, mais vous pouvez aussi créer de nouveaux chutiers et organiser le

matériel en fonction des thèmes, de la chronologie, des sections, des personnes et des lieux.

Liz Miller explique à ses étudiants dans ses ateliers de montage :

> Imaginez les chutiers comme une chambre que vous organisez pour y mettre toutes vos affaires. Quand je suis sur le terrain, toutes mes cassettes sont numérotées de 1 à l'infini. Les chutiers sont comme des valises où vous gardez tous vos plans. Ce sont classeurs. Vous pouvez créer de nombreux classeurs afin d'organiser tous vos fichiers de différentes façons.

Dans la salle de montage

Le montage par assemblage

Un montage par assemblage est une séquence de montage très rudimentaire qui montre, dans les grandes lignes, tout le matériel que vous pensez vouloir utiliser. Pour ce faire, vous alignez tout le matériel qui vous intéresse du début à la fin dans l'ordre approximatif de votre montage sur papier. Pendant que vous réalisez cet assemblage, n'essayez pas d'anticiper – créez l'assemblage dans son intégralité et révisez-le une fois que vous avez fini. Un assemblage peut durer deux heures pour une vidéo finale d'une demi-heure. C'est en regardant ce montage que vous aurez une idée de ce qui marche et ce qui ne marche pas. Cela vous donnera une nouvelle perspective sur la mise en relation des différents éléments dans le cadre de la structure plus large.

L'introduction

L'introduction de votre vidéo est importante. Elle aidera à déterminer si vos spectateurs auront envie de continuer à la regarder. Une bonne introduction accroche l'attention du spectateur.

> Utilisez un fait qui captive, quelque chose qui donne envie à votre public d'en savoir plus, réfléchissez à ce qu'il pensera et abordez les autres questions [dit Howard Weinberg]. Donnez du poids à votre argument, mais ajoutez d'autres raisons et questions. Donnez le contexte. Les gens ont besoin de sentir qu'ils y sont. Placez-les au milieu de l'action.

Peter Wintonick suggère :

> Ne travaillez jamais à l'introduction au début du montage. Les introductions changent, ne perdez donc pas votre temps avec elles. Coupez vos 10 premières minutes. De nombreuses vidéos mettent trop de temps à démarrer.

Il y a de nombreuses options pour l'introduction d'une vidéo. Certaines commencent avec une information qui place le sujet dans son contexte, d'autres fournissent un résumé des faits qui donne aux spectateurs une perspective historique, d'autres encore consistent en une séquence à fort impact qui crée un suspense et suscite la curiosité. Les vidéos qui sont destinées à la télévision auront une introduction qui résume les points saillants du documentaire et donne au spectateur une idée de ce qu'il va voir. Les décisions relatives à l'introduction dépendent souvent du public que l'on cible.

Outils de narration ajoutés en salle de montage

Vous avez maintenant tous vos éléments réunis en un seul endroit dans le montage par assemblage. Si vous travaillez sur ordinateur, n'oubliez pas de sauvegarder vos différentes versions au fur et à mesure ! Vous voudrez peut-être revenir par la suite à une version antérieure. C'est le moment de travailler de plus près avec chaque coupe, chaque montage et chaque juxtaposition pour affiner votre récit et lui assurer une continuité sans heurt.

« Pensez latéralement, allez à l'encontre de votre propre intuition », recommande Peter Wintonick. « Essayez de prendre du recul par rapport à ce qui est « normal ». Retournez les choses. Libérez-vous des formules toutes faites. »

Vous travaillerez déjà à ce stade avec les interviews, les plans de coupe, les images de rouleau B et les séquences vérité que vous aurez tournées pendant la phase de production (pour de plus amples informations sur ces éléments, voir chapitre 4). Vous trouverez ci-dessous certains outils que vous pouvez maintenant utiliser, ou auxquels vous pouvez penser :

Narration provisoire : Si vous prévoyez de recourir à la narration, il est recommandé de commencer à enregistrer et à utiliser un « brouillon » (narration provisoire) dans votre vidéo en début de montage afin de pouvoir la tester et en expérimenter les variantes. Vous déciderez peut-être que vous n'aimez pas la voix, l'écriture ou la narration et qu'il vous faut faire certains changements.

Le développement de la narration est un exercice pratique dont l'objectif est de parvenir à la clarté. Dans l'exercice 3.4 (p. 80), nous illustrons comment la narration – en fonction de qui parle et comment – peut influer sur la façon dont votre vidéo sera accueillie.

Exercice 5.3 : mettez à l'essai vos talents de narration

Faites cet exercice en groupe. Le but est de voir comment vous pouvez formuler une narration qui soit claire et explicative.

Demandez à un collègue de se livrer à une série d'activités simples devant le groupe. L'un des membres du groupe sera choisi comme narrateur et devra fournir, là où il le juge nécessaire, une narration simultanée de ces activités. Le reste du groupe écoute et prend des notes : le narrateur utilise-t-il la narration au bon moment, celle-ci reste-t-elle simple et sans informations inutiles ? Après quoi, tout le monde passe ses commentaires en revue avec le narrateur.

Conseils pour la rédaction de la narration

- *Pensez avant de commencer à écrire. Si vous savez ce que vous voulez dire, quel est votre objectif et quel est le public que vous ciblez, la narration et le reste du scénario s'énonceront plus clairement.*
- Ne *décrivez* pas *ce qui est à l'écran.*
- Mais *faites en sorte que la narration corresponde à l'image – pensez aux images de*

rouleau B dont vous disposez et comment vous allez les utiliser.

- N'*abusez* pas *de la narration. Le dialogue d'une interview est préférable à la narration. Rappelez-vous que la narration doit être couverte par des images de rouleau B. Bien souvent, nous en manquons et les spectateurs en viennent vite à s'ennuyer, si les images sont ternes ou n'ont pas grand-chose à voir avec la narration.*
- *Faites en sorte que votre écriture soit aussi claire que vos paroles. Décrivez succinctement ce que vous essayez de dire à quelqu'un – vous le direz sans doute plus clairement et utiliserez un langage mieux adapté à la narration.*
- *Révisez votre narration selon les besoins et demandez l'avis des autres* – mais *veillez à ne pas perdre de votre spontanéité.*
- *Faites en sorte que chaque mot compte et que le sens soit clair.*
- *Évitez la surabondance d'acronymes.*
- *Employez des mots courts et des phrases brèves et éliminez ce qui est inutile, tel que les adjectifs qui décrivent ce qu'il y a à l'image, les phrases qui disent ce qui est évident ou n'ont aucun sens inhérent (« soyons honnêtes »), les mots qui affaiblissent leurs voisins (« peut-être, environ »), le jargon et les clichés.*
- *Remplacez les propositions subordonnées (*qui*) par une juxtaposition précédée d'un tiret ou d'une virgule, lorsque cela est possible, par exemple:* L'hôpital d'Ocaranza, qui est le théâtre des pires abus, est l'endroit où la première action a été menée *peut être tout aussi bien compris par* L'hôpital d'Ocaranza, le théâtre des pires abus, est l'endroit où la première action a été menée.
- *Mettez vos phrases à l'actif. Considérez l'alternative :* La première action a été menée dans le lieu où les pires abus ont été commis : l'hôpital d'Ocaranza.
- *N'oubliez pas que vous pouvez utiliser des titres : au lieu de dire le nom de l'endroit dans la narration, pourquoi ne pas utiliser un sous-titre, par exemple une légende comme* Établissement psychiatrique d'Ocaranza, Mexique *?*
- Lisez *votre narration à voix haute. Trébuchez-vous sur des mots ? Y a-t-il des allitérations malencontreuses ? Un mot est-il répété trop souvent ? Pensez à qui lira la narration - qu'est-ce que ça donnera avec son accent ?*
- *Parcourez votre narration avant de la donner à lire à quelqu'un. Y a-t-il des noms et des endroits difficiles à prononcer ou des termes techniques que vous devriez énoncer pour votre narrateur avant qu'il ne commence ? S'il n'est pas un professionnel de la voix off ou s'il n'a pas l'habitude d'enregistrer la narration, y a-t-il des passages qui nécessitent une emphase ou un rythme particulier ?*

Pour corser quelque peu cet exercice, vous pouvez aussi demander au narrateur de présenter la narration d'un point de vue différent du sien ou de décrire les activités avec un public particulier en tête.

Pour des exemples de voix possibles de narrateur et de publics particuliers, voir l'exercice 3.2, p. 76.

Musique : La musique peut conférer une émotion, un rythme et un tempo à votre vidéo, mais vous devez veiller à ce qu'elle n'évince pas le film. La composante dramatique de votre vidéo doit venir de l'histoire, non de la musique. Certains publics réagissent mal à une bande musicale importune ou déplacée qu'ils perçoivent comme une manipulation de leurs sentiments (note : c'est un problème que l'on rencontre fréquemment dans la

diffusion interculturelle de vidéos). Mais comme le remarque Sandrine Isambert : « vous avez parfois besoin de musique pour dynamiser la vidéo. Parfois, lorsque les gens se protègent [contre une expérience traumatisante qu'ils ont vécue], ils n'ont pas l'air triste. Un public pourrait ne pas le comprendre et demander : « Pourquoi est-ce que cette personne sourit ? » Sandrine observe que c'est là un bon exemple d'une situation où la musique peut aider et ajoute que de nombreux spectateurs s'attendent à ce qu'il y ait de la musique dans une vidéo. Un documentaire traditionnel sans cette dernière risque de devenir très sec, surtout si vous utilisez la narration.

Selon Stephen Marshall de Guerrilla News Network, « la musique vise le cœur, elle déclenche l'émotion et le mariage de la musique et des images peut créer quelque chose de très fort. Nous utilisons la musique pour guider les enchaînements et construire le montage visuel. » Si vous voulez voir comment la musique accentue l'impact d'une scène, un bon classique à regarder est *Psychose* d'Alfred Hitchcock.

Si vous prévoyez d'utiliser une musique pré-enregistrée, sachez qu'il faudra tenir compte des droits d'auteur : obtenir l'autorisation d'utiliser une musique peut coûter cher et prendre du temps (voir « Note sur les droits d'auteur » ci-dessous). Une autre possibilité est de suivre l'exemple de Joey Lozano qui préfère utiliser de la musique « du pays » qu'il enregistre lui-même avec des musiciens locaux sur le terrain. Si vous choisissez cette option, demandez toujours aux musiciens la permission d'utiliser leur musique dans votre vidéo.

Autres ressources des médias – images d'archives, photos, animation et cartes : au-delà de vos séquences originales, il y a d'autres sources que vous pouvez utiliser : photos, images sur Internet, animation informatisée ou dessinée à la main, cartes et images d'archives vidéo.

Les archives peuvent ajouter de la couleur, une dimension historique et un contexte à votre vidéo. Commencez à faire des recherches dans votre propre organisation ou au sein de votre communauté : y a-t-il des photos, voire des images vidéo qui sont disponibles et que vous pouvez utiliser ? Qu'en est-il des organisations partenaires ou même des partenaires internationaux qui ont des médiathèques ? Et puis, bien sûr, il y a les sources bien établies des médias : les journaux et les chaînes de télévision locaux et nationaux. Ils vous donneront peut-être du matériel gratuitement ou à très bas prix.

Au cours de vos recherches de matériel supplémentaire, vous apprendrez peut-être quelque chose d'entièrement nouveau sur votre sujet. Howard Weinberg explique :

> Quand vous commencez le montage, vous n'avez pas forcément tout l'argument énoncé devant vous. À mesure que vous obtenez des séquences additionnelles, vous condensez et vous affinez. Vous aviez peut-être une certaine idée au début, mais au fil de vos recherches sur l'histoire et dans les archives, vous avez peut-être appris une histoire différente. Ainsi, le processus de recherche des séquences dont vous avez besoin vous amènera peut-être à modifier votre argument et à apprendre quelque chose de nouveau sur le sujet.

Note sur les droits d'auteur et l'usage raisonnable

Si vous utilisez ou empruntez des images ou des sons qui sont la propriété de quelqu'un d'autre, il vous faudra sans doute tenir compte des droits d'auteur. Avant d'utiliser des archives ou autre matériel que vous aurez trouvé (y compris la musique ou tout autre

document trouvé sur Internet), cherchez qui en est le propriétaire. Puis demandez-vous : quelle est la probabilité que vous fassiez l'objet d'une poursuite en justice pour l'utilisation de ces images, son ou musique. Qui regardera votre vidéo ? Avez-vous l'intention de la montrer uniquement au sein de votre communauté ? À des organismes judiciaires ? Sur Internet ?

Si votre vidéo est confinée à des projections limitées et privées, vous pourrez peut-être vous passer de l'obtention de toutes les autorisations. Mais si vous prévoyez une distribution publique de quelque nature que ce soit, vous vous exposez à une action en justice si vous n'obtenez pas les autorisations requises. Par ailleurs, si vous souhaitez faire diffuser votre vidéo à la télévision, la chaîne exigera de vous la preuve écrite que vous avez obtenu les autorisations nécessaires concernant les droits d'auteur, ou une confirmation d'un avocat que vous faites un « usage raisonnable » de ce matériel.

L'autorisation d'utiliser une œuvre protégée par les droits d'auteur peut être très compliquée à obtenir et coûter très cher. Par exemple, les chaînes de télévision comme la BBC ou ABC facturent jusqu'à 400 dollars la seconde l'utilisation du matériel qui leur appartient.

En théorie, si vous prévoyez une diffusion télévisée, il est important de savoir que même les logos ou les noms de marque sont protégés par le droit d'auteur et sont couverts par les lois qui le régissent. Par exemple, pendant le montage d'une vidéo musicale comique, qui dénonçait un projet de construction d'un barrage hydraulique, l'avocat du réalisateur a retiré tous les plans qui montraient le chanteur du groupe au premier plan avec un panneau de Kentucky Fried Chicken à l'arrière-plan. Le panneau n'avait rien à voir avec le contenu de la vidéo, il se trouvait simplement dans la rue où la vidéo avait été filmée, mais pour passer à la télévision, il fallait éliminer ces plans.

En ce qui concerne la musique, il y a de nombreux aspects qui sont protégés par le droit d'auteur : l'écriture, l'édition, l'enregistrement, etc. Songez que même la chanson « Happy Birthday » appartient à quelqu'un et que si un personnage dans votre vidéo chante cette chanson, vous pouvez être soumis au droit d'auteur. Comme l'explique l'avocat Tom Guida :

> « L'usage raisonnable » est une défense qui peut être invoquée contre une poursuite pour infraction au droit d'auteur : les commentaires de spécialistes, les critiques et les nouvelles radiotélévisées peuvent inclure sans autorisation du matériel protégé par le droit d'auteur, si seul le minimum nécessaire est utilisé, si l'œuvre n'est pas particulièrement unique et si l'usage proposé ne prive pas l'auteur d'un marché pour son travail. L'usage raisonnable est évalué au cas par cas et il n'y a pas de règle absolue quant à ce qui sera considéré « raisonnable » pour un usage particulier.

Dans le monde de la télévision, vous aurez besoin d'un avocat pour vous défendre, ce qui peut coûter cher.

Certaines images, sons ou œuvres sont dites « copyleft » (littéralement gauche d'auteur par opposition à copyright, droit d'auteur) dans le cadre du mouvement croissant pour renverser la domination des lois sur la propriété intellectuelle. Certains auteurs, artistes, développeurs de logiciels (source libre) et créateurs cataloguent ainsi leur œuvre dans le « domaine public » ce qui veut dire que leur travail n'est pas protégé par le droit d'auteur et qu'il peut être reproduit et utilisé par tous.

Transitions, effets de mouvement et effets spéciaux

La plupart des coupes dans un film sont de simples « coupes franches » d'une image/son à une autre image/son sans chevauchement. Mais il y a d'autres transitions que vous pouvez utiliser. Elles ont souvent une « signification » relativement bien ancrée dans la grammaire cinématographique. Les utilisations typiques à connaître sont l'ouverture ou la fermeture en fondu au noir ou au blanc pour indiquer un changement de lieu ou de temps, le fondu enchaîné entre deux scènes qui indique le passage du temps ou une ellipse, et les sauts de montage pour indiquer le temps qui passe ou une discontinuité volontaire. Le montage par contraste entre deux scènes parallèles est souvent utilisé pour indiquer une action simultanée. Il y a, en outre, des transitions spéciales et graphiques telles que l'effet de feuilletage, l'effet de volet et la rotation d'image.

Vous pouvez aussi jouer sur la vitesse d'un plan, comme l'explique Sandrine Isambert :

> Vous pouvez parfois obtenir un plan fabuleux avec quelque chose qui ne vous semble pas assez long, simplement en le mettant au ralenti. Par exemple, dans *The Price of Youth* (« Le prix de la jeunesse »), un film sur la traite de jeunes femmes népalaises à destination de l'Inde, ils ont utilisé une caméra cachée qui tremblait beaucoup. C'était une caméra couleur, donc les images étaient superbes. Le ralenti des séquences a donné quelque chose de très beau, mystérieux. Cela a conféré une certaine tristesse au contenu. Même si nous l'avons fait pour des raisons techniques, le ralenti a amené les spectateurs à ralentir aussi et à réfléchir.



Figure 5.2 Séquence filmée pour *The Price of Youth* (Andrew Levine/WITNESS)

Les effets spéciaux ont leur propre langage. À Guerrilla News Network, Stephen Marshall dit :

> Nous utilisons la « technique du scratch vidéo » qui vient du style hip-hop où l'on fait tourner le disque dans un sens puis dans l'autre. Les jeunes adorent ça, parce que ça veut dire que le contenu est manipulé par quelqu'un. La culture contemporaine – la musique, la culture télé, la culture du DVD – tout ça est une question de manipulation. Ça bouge à des rythmes

différents ; c’est entre les mains de quelqu’un. Nous essayons de refléter cela dans notre style de montage. Nous utilisons aussi beaucoup d’effets de compositing, nous rétrécissons les images (souvent celles qui sont mal filmées ou qui ont l’air usées) et nous les encadrons d’un modèle animé.

Soyez toutefois attentif au fait que l’emploi de certains graphismes peut facilement rendre une vidéo démodée. En règle générale, à moins que vous n’ayez de l’expérience avec les effets spéciaux et sachiez comment votre public y réagira, Sam Gregory conseille de ne pas trop s’appuyer sur ces techniques sauf si vous avez un style très développé qui les incorpore, ce qui est le cas de Guerrilla News Network. « Les effets tape-à-l’œil », dit-il en riant, « comme les effets de volet tourbillonnants, les effets de feuilletage, les graphismes bas de gamme que vous trouvez maintenant même dans les logiciels de montage les moins chers peuvent sembler amusants en salle de montage ou sur l’ordinateur, mais ils deviennent très vite dépassés. »

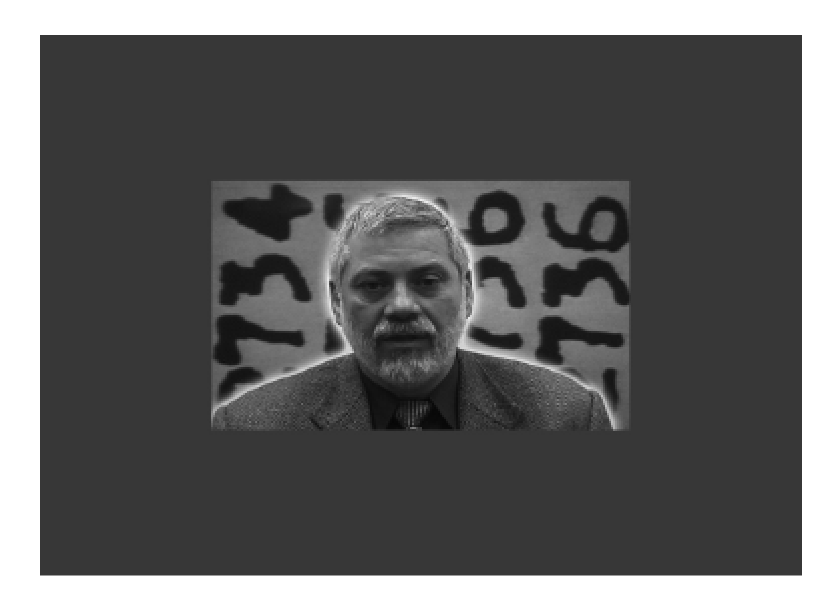


Figure 5.3 Guerrilla News Network utilise de nouveaux formats d’interview et de nouveaux graphismes pour communiquer avec son public (Guerrilla News Network/Aroun Rashid Deen)

Étude de cas : le monteur en tant qu’arrangeur

La réalité du montage, c’est que la plupart du temps, vous résolvez des problèmes et recherchez des approches créatives pour trouver une solution. Comment « réparez-vous » le film ? Comment créer quelque chose à partir de rien ?

Sandrine Isambert identifie certains des problèmes qu’elle rencontre fréquemment au montage et propose des solutions :

Problèmes fréquents au montage

1. Pas assez de matériel visuel et trop peu d'images de rouleau B. Pas de séquences filmées, seulement des plans individuels qui ne peuvent être montés ensemble pour constituer une séquence complète.
2. Un scénario surdéveloppé d'une histoire pour laquelle il n'y a pas assez de matériel. Bien souvent, un scénario contiendra une longue introduction historique et politique pour laquelle il n'y a pas de matériel (les archives peuvent coûter cher).
3. Trop d'interviews.

Idées pour régler ces problèmes

1. Remanier le scénario. Au lieu de se démener avec un scénario pour lequel vous pas le matériel nécessaire, récrivez-le en suivant de près les images dont vous disposez.
2. Placez des cartons-titres au début pour planter le décor.
3. Si vous avez un peu d'argent, vous pouvez acheter des clips d'infos de la télévision qui serviront d'archives. L'avantage de ces éléments d'informations est qu'ils vous permettent de brosser rapidement et efficacement le contexte. Autre possibilité : la radio qui est encore moins chère. Vous pouvez aussi filmer des titres de journaux pour créer une section qui couvrira le contexte historique de votre vidéo.
4. Raccourcissez votre vidéo ! Rappelez-vous, le moins, c'est parfois le plus.
5. Si ce n'est pas une question pressante ou s'il n'y a pas d'urgence quant à la sortie de la vidéo, songez sérieusement à la filmer de nouveau.

La conclusion

De même qu'il existe de multiples façons de débuter une vidéo, il existe tout autant de façons de la conclure. Dans le cadre du plaidoyer, votre priorité sera d'amener les gens à agir et de leur donner une idée concrète de ce qu'ils peuvent faire. Comme nous l'avons évoqué dans le chapitre 3, cela signifie souvent qu'il faut laisser le spectateur sur l'impression que le changement est possible et que les sujets du film eux-mêmes, ou ceux qu'ils peuvent influencer ou convaincre, peuvent participer à ce changement. Cet « espace pour l'action » exige d'ordinaire que la fin de la vidéo soit sujette à interprétation et ne laisse pas le spectateur sur un sentiment de découragement ou d'impuissance.

La conclusion d'une vidéo de plaidoyer comprend souvent :

- Une récapitulation de la situation, un survol des gens présentés dans la vidéo ou un témoignage de la personne la plus éloquente ou la plus représentative.
- Une scène finale qui cristallise les dilemmes et les questions présentés dans la vidéo.
- Un appel à l'action ou une requête directe d'une personne dans la vidéo.
- Une analyse de la situation et des moyens possibles d'y remédier, réalisée par un des sujets de la vidéo ou quelqu'un d'autre que le public respectera.

- Une information sur les autres moyens par lesquels un spectateur peut s'engager après avoir vu la vidéo – souvent présentée dans un format neutre par l'intermédiaire d'un narrateur ou un carton-titre à la fin.

La fin du montage

Le montage bout-à-bout

Maintenant que votre vidéo commence à prendre forme, vous avez atteint le stade du montage bout-à-bout. Votre vidéo se trouve dans sa première forme de brouillon, elle est peut-être encore trop longue, la narration est encore à l'état d'ébauche, certains médias supplémentaires manquent, certains montages sont encore embryonnaires. A ce stade, vous êtes prêt à prendre du recul et à regarder la vidéo de façon plus générale. Ici, vous devez mettre l'accent sur la structure. La structure fonctionne-t-elle ou faut-il la changer ?

Vous pourriez montrer la vidéo à quelques collègues ou partenaires en qui vous avez confiance et leur demander d'analyser le bout-à-bout sur la base de ces questions :

- Comprenez-vous le message de la vidéo ?
- Quels sont les thèmes de la vidéo ?
- Quels sont les personnages avec lesquels vous vous sentez le plus en phase ? Pourquoi ?
- La longueur de la vidéo est-elle bonne ou est-ce que la vidéo traîne en longueur ?
- Quelles sont les parties peu claires ou qui vous ont laissés perplexes ?
- Quelles sont les parties trop lentes ?
- Quelles sont les parties émouvantes et celles qui ne le sont pas ?
- Pensez-vous que cela marchera avec le public que nous avons en tête ? Pourquoi ? Pourquoi pas ?
- Le cas échéant : Comprenez-vous l'action que nous appelons le spectateur à entreprendre ?

Sandrine Isambert conseille d'observer les autres pendant qu'ils regardent votre vidéo. « Vous pouvez apprendre beaucoup en étudiant leurs réactions et leur visage », dit-elle. Voyez comment les gens bougent sur leur chaise et quand leur attention commence à vagabonder. Sachez que la section dont se plaignent les gens n'est pas forcément le problème. Parfois, celui-ci intervient beaucoup plus tôt dans la vidéo, et vous devrez examiner leurs réactions pour être sûr qu'ils ne font pas allusion à un problème structurel qui ne devient apparent qu'à un certain moment.

Les groupes visionnant les montages bout-à-bout peuvent rapidement identifier les problèmes, mais ne vous précipitez pas pour mettre en application leurs solutions. Réfléchissez-y bien et, comme le suggère Peter Wintonick, « Une fois que vous pensez en avoir terminé, revenez en arrière et regardez tout votre matériel à nouveau. C'est rafraîchissant. » Le fait est qu'en réalité, les sections auxquelles vous êtes le plus attaché, vos « perles », sont souvent celles dont vous devrez vous défaire.

Vérification de l'information et de la traduction

A ce stade, il vous faudra passer votre vidéo en revue afin de vérifier l'information. L'idéal serait pour vous, ou quelqu'un de votre équipe, de vérifier chaque information, déclaration et assertion faite dans le film, y compris les citations, les dates, les noms, les agences, les chiffres, les statistiques et autres faits représentés. Ce processus permettra de vérifier l'authenticité et la légitimité de chaque point mentionné dans le film. La vérification de l'information vous protège contre une poursuite en justice ou une remise en question de votre réputation au moment de la sortie de votre vidéo.

Mais ce processus est aussi d'une importance vitale parce qu'il légitime votre film aux yeux de votre public, qu'il s'agisse de membres de la communauté ou de juges siégeant à un tribunal. Une simple erreur factuelle peut non seulement nuire à la projection du film, mais également remettre en question la véracité du film dans son ensemble.

Ne vous attendez pas à ce que tous les détails des récits de vos interviewés soient toujours exacts.

La vérification de l'information peut revêtir un caractère extrêmement politique. Michael Moore a été sévèrement critiqué pour sa présentation des faits dans son film primé aux Oscars *Bowling for Columbine*. Pour son film suivant, *Fahrenheit 9/11*, son examen critique du président américain George W. Bush, Moore a engagé une équipe entière de vérificateurs de l'information (qui avaient travaillé pour le *New Yorker*) et d'avocats afin de passer en revue chaque détail du film. Il affiche même sur son site toutes ses sources et ses recherches à ce titre en guise de preuve supplémentaire (voir <www.michaelmoore.com>).

La vérification de l'information signifie :

- Recenser tous les faits mentionnés dans le film.
- Trouver une source originale pour chaque fait mentionné.
- Comparer avec une autre source de confiance, de préférence indépendante. Certains vérificateurs consulteront deux sources indépendantes. Si vous utilisez Internet, assurez-vous de vérifier la source *originale*.

Sachez que très peu de journaux vérifient les informations des articles qu'ils publient et qu'ils ne sont donc pas une source digne de foi. Les magazines, les encyclopédies et les sources universitaires et scientifiques sont plus fiables. Cela dit, il vous faudra parfois effectuer d'autres interviews personnelles pour corroborer les informations.

Par ailleurs, si un fait est litigieux ou controversé, il vaudra sans doute mieux l'attribuer directement à votre source dans la vidéo, autrement dit indiquer clairement la personne ou l'agence auprès de laquelle vous l'avez obtenu.

La vérification de l'information est aussi une bonne préparation pour vous et votre équipe aux questions des spectateurs qui ne manqueront pas de vous demander : « Comment le savez-vous ? », « D'où vient ce chiffre ? », « Quel est le nom de l'organisation ? », etc. La vérification de l'information est le moment de confirmer à nouveau le « qui, quoi, quand, où et comment » de chaque point que vous mentionnez, de sorte que votre vidéo et vous soyez fin prêts pour l'étape suivante, vous présenter au public.

Un corollaire absolument essentiel de la vérification de l'information est de vous assurer que toute traduction que vous avez utilisée a été vérifiée et revérifiée. Il est bon de passer le matériel en revue plusieurs fois avec des gens dont c'est la langue maternelle (pour veiller à ne pas verser dans le sensationnalisme, en traduisant, par exemple, « fouille corporelle » par « agression sexuelle » ou « viol »). Demandez-leur aussi de s'asseoir avec vous lorsque vous ajoutez les sous-titres pour vous assurer que le minutage est correct et qu'il n'y a aucun glissement de sens. Rien ne peut nuire davantage à votre crédibilité qu'un spectateur qui se rend compte que vous avez mal interprété les propos de quelqu'un et qui en fait part à son entourage.

Projections tests

Outre les quelques projections pour les amis ou collègues, de nombreux réalisateurs et défenseurs des droits humains organisent des « tests » de plus grande envergure auprès de partenaires de plaidoyer et de distribution – à qui ils demandent d'examiner d'un œil critique le traitement du sujet, de considérer les mesures de sécurité qu'ils prendraient si c'était leur documentaire, etc. – ou auprès de publics cibles.

Veillez à bien vous y préparer – dans le chapitre 7, vous trouverez de plus amples informations sur la coordination de ces projections. Mais envisagez les points suivants :

- Compte tenu du sujet de la vidéo et des coutumes sociales et culturelles ou de la composition politique du public test, qui sera le mieux à même de présenter la projection test ? Ce ne doit pas forcément être le réalisateur.
- Comment cette personne doit-elle présenter la vidéo de façon à ce que les spectateurs sachent à quoi s'attendre, ou ce que vous attendez d'eux (voulez-vous les encourager à en débattre par la suite ou à en faire une critique d'une certaine manière) ?
- Est-ce que la répartition de votre public en petits groupes en fonction de certains critères tels que le sexe ou l'âge favorisera un dialogue sans inhibitions au sein des groupes respectifs ? Ou est-il plus utile d'inviter un public plus diversifié à poser des questions et à participer à la discussion ?

Étude de cas : projection test

Peter Wintonick a beaucoup réfléchi à la façon d'utiliser les projections tests dans son travail. Il évoque ici sa démarche :

> Au cours des 20 dernières années de ma carrière dans le documentaire, j'ai toujours essayé de demander aux gens ce qu'ils pensaient. Pour le film que Mark Achbar et moi-même avons fait sur Noam Chomsky, *Manufacturing Consent*, nous avons testé le film non fini en plusieurs étapes auprès de 600 personnes réparties en groupes de cinq à 200. Je pense que cela a permis de réaliser un meilleur film et d'assurer le succès qu'il a obtenu à l'échelle internationale.
>
> Vous devriez élaborer un questionnaire d'une page, en évitant les questions suggestives. Il faut que celui-ci soit facile à remplir, mais il faut aussi qu'il permette de mesurer objectivement les objections des gens. Laissez de la place pour les commentaires écrits et

donnez les coordonnées (courriel, téléphone) où les gens peuvent vous contacter pour un suivi.

D'un point de vue pratique, il y a des questions qu'il vous faut poser au public pour voir si vous êtes tombé juste. Au niveau le plus élémentaire, l'histoire ou la thèse est-elle claire ? Est-elle clairement articulée du début à la fin ? Les gens aiment-ils le film et pourquoi ? Y a-t-il des problèmes de langue qu'ils ne comprennent pas ? Voient-ils des moyens d'améliorer le film ?

Au stade du montage bout-à-bout, nous sommes même allés jusqu'à insérer des intertitres pour demander au public test des questions telles que : « Pensez-vous qu'il serait bon de mettre une étude de cas ici dans notre structure ? »

Il est aussi important de souligner le fait qu'un commentaire n'est pas forcément négatif : le fait de tester son film peut être une expérience très positive, revigorante et bonne pour l'esprit.

Retourner filmer

Vous avez revu le montage bout-à-bout. Vous avez compilé les réponses de vos questionnaires et avez tenu compte des commentaires des spectateurs. Certaines idées sont nouvelles, vous en écartez d'autres, d'autres encore confirment ce que vous saviez déjà. Il est peut-être temps pour vous de retourner filmer.

Pendant le montage du projet *Following Antigone: Forensic Anthropology and Human Rights Investigation* (« Sur les traces d'Antigone : l'anthropologie légiste et les enquêtes sur les violations des droits humains »), Sandrine Isambert a travaillé en étroite collaboration avec l'Equipo Argentino de Antropología Forense/Équipe argentine d'anthropologie légiste (EAAF). L'EAAF utilise les sciences médico-légales, dont l'anthropologie, pour découvrir la vérité sur les massacres, disparitions et autres violations graves des droits humains afin d'aider les familles des victimes à récupérer les restes d'êtres chers et fournir des éléments de preuve aux tribunaux. Ce projet de montage a duré un an et a porté sur 50 à 60 heures de séquences filmées, entre 1992 et 2003, dans de nombreux pays. Le film avait pour objectif de présenter les différentes étapes du travail de l'EAAF, et d'expliquer au public vivant dans les lieux où ces violations graves avaient été commises et où l'EAAF envisageait de recourir à l'anthropologie légiste en quoi consistait la procédure, et comment cela pouvait les aider.



Figure 5.4 Les anthropologues légistes de l'EAAF au travail (EAAF/WITNESS)

> C'était un véritable défi que de faire un film qui capture toutes les différentes facettes de leur travail et la méthodologie qui sous-tend l'anthropologie légiste, car les films de WITNESS traitent souvent d'un thème unique [note Sandrine]. Voici un groupe dont le travail consiste à « exhumer des squelettes » des disparus et des gens assassinés, mais le cœur émotionnel de leur travail est le retour de ces êtres perdus à leur famille.

« Nous nous sommes aperçus qu'il manquait des images essentielles », se souvient Sandrine. Pendant toutes ces années durant lesquelles ils avaient utilisé la vidéo pour documenter leur travail, Sandrine a découvert – par le processus du montage – que le groupe avait méticuleusement enregistré chaque détail des exhumations à laquelle il procédait, mais non les raisons affectives pour lesquelles il faisait ce travail, ni les réactions des familles lorsqu'elles retrouvaient les restes de personnes chères. Afin de raconter une histoire forte et de retenir l'intérêt du spectateur - et expliquer pourquoi les membres de l'équipe continuaient à faire ce travail, d'année en année, site après site – il était essentiel de montrer l'aspect humain.

C'est pourquoi Sandrine et l'EAAF ont décidé que le groupe devait retourner filmer de nouvelles images, cette fois, avec les anthropologues légistes retournant la caméra sur eux-mêmes et posant des questions plus chargées d'émotion et plus humaines sur leurs motivations, leurs expériences, leurs pensées. « Ainsi, par le biais du processus de montage », dit Sandrine, « ils ont aussi appris quelque chose sur les images qui doivent être filmées pour faire une vidéo saisissante ».

Le montage fin

Le montage fin est une autre version de votre vidéo, une fois que vous avez fait toutes les modifications issues du montage bout-à-bout. Il est maintenant temps de revoir les détails plus subtils et de polir le film : les points d'entrée et de sortie des plans spécifiques, peut-être la formulation de la narration ou l'abandon d'une ou deux scènes ou plans ici et là. À ce stade, il faut aussi passer en revue les images et le matériel que vous utilisez dans votre film et vérifier qu'ils sont appropriés et exacts. Soyez attentif aux moments où vous pouvez sans problème utiliser des plans génériques qui ne sont pas spécifiques à un endroit ou à une situation et ceux où, en tant que réalisateur respectueux des principes éthiques, vous ne pouvez absolument pas utiliser les images d'un village, d'un incident ou d'une personne pour illustrer une situation différente.

Il vaut la peine de montrer à nouveau la vidéo à certains de ceux qui ont vu le bout-à-bout. Il est aussi bon de la montrer à quelqu'un qui ne l'a jamais vue et de comparer les points de vue. Vous êtes maintenant à deux doigts de la version finale de la vidéo.

Montage on-line des images et du son

« Une vidéo n'est terminée que lorsque vous avez décidé de la quitter », dit Liz Miller.

Vous avez fait de votre mieux et il est maintenant temps de créer la matrice de votre vidéo avec la meilleure qualité d'image et de son possible. C'est ce qu'on appelle le « montage on-line ». Cela peut impliquer simplement la renumérisation de votre matériel

à une résolution d'image supérieure et le mixage de votre son pour qu'il soit équilibré et que le volume reste le même tout au long de la vidéo.

Ou bien le « montage on-line » peut signifier s'adresser à un studio de montage professionnel pour corriger les couleurs (pour qu'elles soient homogènes du début à la fin et qu'elles correspondent aux normes de diffusion), nettoyer votre son, etc.

Le montage professionnel comporte plusieurs jours de mixage du son, opération par laquelle des effets de son sont rajoutés et le son existant est nettoyé grâce à des filtres. Si vous en avez les moyens, vous pourriez même enregistrer la narration dans une cabine d'enregistrement professionnelle. Il est aussi temps maintenant de mixer la musique avec les voix et la bande sonore.

La « qualité télévisuelle » est un terme employé dans le monde de la télévision pour décrire les exigences techniques que doit satisfaire toute diffusion à la télévision grand public. S'il est formidable de pouvoir remplir ces conditions, il est important de se rappeler qu'elles peuvent être (et qu'elles seront) abandonnées si le contenu est saisissant et important. Ne vous laissez donc pas intimider par ces normes de qualité. Vous ne pouvez faire que ce qui est dans vos moyens, et ce sera peut-être suffisant. Une vidéo peut avoir un fort impact même si elle n'est pas de « qualité télévisuelle ».

A ce stade, vous devrez peut-être faire plusieurs versions linguistiques ou régionales de votre vidéo. Si c'est le cas, prévoyez toutes les éventualités. Vous n'aurez peut-être plus accès à l'ordinateur sur lequel vous avez fait votre montage. Il est bon de faire plusieurs bandes maîtresses qui vous permettront de créer de nouvelles versions de la vidéo.

Envisagez de faire plusieurs bandes maîtresses :

1. Votre bande maîtresse finale dans la langue originale.
2. Une bande maîtresse où le son est réparti sur plusieurs pistes, de sorte que les dialogues sont sur une piste et la musique et les effets de son sur une autre. (De cette façon, si vous décidez de faire une version dans une autre langue, vous pourrez remixer le son).
3. Une version sans texte à l'écran de sorte que si vous décidez de sous-titrer ou d'utiliser une autre langue dans le texte, vous aurez un canevas vierge sur lequel travailler.
4. Une bande maîtresse sans texte et avec la narration hors champ et la musique ou son ambiant sur des pistes séparées (c'est-à-dire une combinaison des numéros 2 et 3 ci-dessus). Cette bande maîtresse servira de copie générique pour d'éventuelles versions internationales. S'il vous est possible d'avoir trois pistes audio, il peut être utile de garder la musique sur une autre piste que le son ambiant. Dans ce cas, vous n'aurez pas besoin d'une copie séparée pour la version sans texte.

Votre vidéo est complète : il faut maintenant la placer dans une stratégie de plus grande envergure

Gillian Caldwell place la vidéo finale dans son contexte :

> Quand une vidéo est terminée, les réalisateurs ont l'impression qu'ils viennent d'accoucher, mais le véritable travail ne fait que commencer. Quelle vie va-t-elle mener ? Quelle sorte de

parents ou de défenseur serez-vous ? Y a-t-il des parties prenantes au projet qui peuvent vous aider à donner à la vidéo une vie digne d'être vécue ?

Une vidéo marche rarement dans le vide. Votre vidéo devra donc faire partie d'une stratégie plus large de plaidoyer qui englobe des réunions, une documentation écrite, des manifestations et d'autres formes de campagnes. Pendant le montage, vous devez penser au matériel supplémentaire – imprimé et audio – dont vous aurez besoin afin de compléter votre vidéo. Les projets de WITNESS sont accompagnés d'une documentation de fond, de guides de projection et de sources d'information en ligne comprenant des options d'action électronique par l'envoi de courriels à des membres clés du pouvoir. Quand Shabnam Hashmi a fait le tour des États-Unis pour montrer son film *Evil Stalks Our Land* (« Les forces du mal rôdent dans le pays ») sur les atrocités commises dans le Gujarat en Inde, elle a également apporté à ses projections une documentation écrite – des exemples de publications incitant à la haine et une documentation de suivi. Ronit Avni, la fondatrice de Just Vision, une organisation qui suit les initiatives de paix au Moyen-Orient, a participé à l'une des conférences de presse de Shabnam à New York et raconte que « la somme de toutes les parties de cette expérience – le film, l'allocution de Shabnam et les documents écrits – ont eu un impact considérable. »

Pour de plus amples informations, voir les chapitres 1 et 7.

Exercice 5.4 : regarder comme un monteur et un défenseur des droits humains

Cet exercice est à faire de préférence en groupe, car il met principalement l'accent sur la discussion d'un film que vous avez vu. Il vous faudra choisir une vidéo produite sur le thème de votre plaidoyer et que vous essayerez d'analyser sous l'angle de l'histoire, du but du plaidoyer et du montage.

Pendant que vous regardez cette vidéo, tentez de répondre aux questions suivantes :

1. Est-ce qu'il s'agit d'un film de plaidoyer ? Pourquoi ? Pourquoi pas ? Que faudrait-il pour qu'il devienne un film de plaidoyer ?
   Si c'est un film de plaidoyer, qu'est-ce que le film cherche à dire ? Quel est le changement visé ?
2. Qui, d'après vous, est le public principal ? Pouvez-vous distinguer comment le film est cadré à son intention ?
3. Quel est le message du film ?
4. Comment décririez-vous le montage du film (à savoir enchaînements rapides, musique, transitions, montage lent, etc.) ?
5. Quelle est la structure du film ? Y a-t-il un début, un milieu et une fin ?
6. Du point de vue de qui l'histoire est-elle racontée ?
7. Y a-t-il une narration ? Est-elle factuelle, personnelle, dépouillée ou chargée d'émotion ?
8. Quel est l'élément dramatique ou le conflit du film ?
9. Comment le film débute-t-il et accroche-t-il votre intérêt ?
10. Comment finit-il ? Vous encourage-t-il à l'action ?

11. Est-ce qu'à un moment ou un autre, vous avez l'impression que le montage est manipulatoire ou contraire aux principes éthiques ?

Maintenant, la prochaine fois que vous verrez un film, posez-vous ces questions – c'est une façon entièrement nouvelle de regarder des films, la télévision, les nouvelles, quoi que ce soit sur un écran. Peter Wintonick recommande de commencer à regarder des films de loin - par exemple, au dernier rang d'une salle de cinéma. Là, vous êtes à une certaine distance de l'écran, moins investi dans l'histoire. Vous pourrez ainsi commencer à voir et à analyser la construction et le montage. Ou regardez un film une première fois pour le contenu et ensuite, regardez-le à nouveau pour voir comment il est construit et monté.

Kat Cizek remercie :

Franny Armstrong
Ronit Avni
Martin Atkin
Amy Bank
Gillian Burnett
Arturo Carrillo
J. et L. Cizek
Sean Dixon
Don Edkins
Sam Gregory
Shabnam Hashmi
Sandrine Isambert
Joey Lozano
Stephen Marshall
Liz Miller
Avi Mograbi
Catherine Olsen
Erica Pomerance
Paul Shore
Atossa Soltani
Amadou Thior
Anna Van der Wee
Howard Weinberg
Peter Wintonick
Gabriella Zamorano

NOTES

1. Michael Ondaatje, *The Conversations: Walter Munch and the Art of Editing Film* (New York: Knopf, 2002)
2. Ibid.
3. B. Reeves and S.L. Smith, "The Evening's Bad News: Effects of compelling negative television news images on memory", *Journal of Communication*, 42, 2 (1992), pp. 25-42.

6

La vidéo en tant que preuve

Sukanya Pillay

La vidéo peut être une excellente source de preuve pour les avocats et les défenseurs des droits humains qui cherchent à redresser des torts et à instaurer un changement. Vous n'avez pas besoin d'être un avocat pour filmer ou utiliser la vidéo afin de recueillir des éléments de preuve. Ce chapitre a pour objectif de vous aider à réfléchir à ce qu'il vous faudra faire pour être efficace pendant le tournage, le montage et la soumission d'une vidéo en tant que preuve.

Beaucoup d'entre vous se souviennent sans doute des images du passage à tabac de Rodney King par des policiers à Los Angeles. La vidéo ne durait que 81 secondes, mais ces images sont restées gravées dans les esprits, et des groupes de plaidoyer à travers le monde ont demandé que justice soit rendue. C'est à la suite de cet événement que les défenseurs des droits humains et les avocats aux quatre coins du monde ont développé, tout au long des années 90, l'usage de la vidéo en tant que source efficace de preuve.

Celle-ci a été utilisée dans les cours de justice locales et nationales, devant les tribunaux internationaux, tels que le Tribunal Pénal International pour le Rwanda (TPIR) et le Tribunal Pénal International pour l'ex-Yougoslavie (TPIY), devant les organes des Nations Unies qui supervisent le respect par les États des traités internationaux, et devant des tribunaux populaires non gouvernementaux à l'échelon local, tels que le tribunal populaire sur la sécurité alimentaire en Thaïlande.

Mais son usage a des racines plus profondes que les images de Rodney King. Helen Lennon, une spécialiste de l'emploi de la vidéo dans les tribunaux pour les crimes de guerre, fait remonter l'utilisation du film et de la vidéo contemporaine pour promouvoir des causes de droits à la fin de la Seconde guerre mondiale. En 1945, les quatre puissances d'occupation alliées – les États-Unis, le Royaume-Uni, l'Union soviétique et la France – ont instauré le Tribunal Militaire International de Nuremberg pour poursuivre les principaux dirigeants du régime nazi. Chaque pays a présenté des preuves filmées à l'appui des allégations d'atrocités commises par le régime nazi dans toute l'Europe. De même, le Tribunal Militaire International pour l'Extrême-Orient, mis sur pied et administré par le Général Douglas MacArthur de l'armée américaine en 1946, a admis des preuves similaires à l'appui des allégations d'atrocités commises en Asie orientale. Ces précédents ont contribué à jeter les fondements qui ont permis aux tribunaux internationaux pour les crimes de guerre pour l'ex-Yougoslavie et le Rwanda (mis sur pied par le Conseil de Sécurité des Nations Unies en 1993 et 1994, respectivement) d'admettre régulièrement la vidéo comme élément de preuve dans le cadre de la procédure judiciaire. Ainsi, au cours du procès contre Slobodan Milosevic, l'accusation a indiqué qu'elle présenterait plus de 600 pièces à conviction sous forme de vidéo.

Ce chapitre met l'accent sur l'enregistrement ou l'utilisation de la vidéo comme élément de preuve – aussi bien les images visuelles que les témoignages enregistrés – devant des organes judiciaires et quasi judiciaires, ainsi que devant des organes et commissions consultatifs. Il peut s'agir d'une vidéo filmée spécifiquement en tant que

preuve ou d'une vidéo trouvée par la suite pour servir de preuve. N'oubliez pas que dans la plupart des cas, ce n'est pas vous qui introduirez vos éléments de preuve directement, mais l'accusation ou la défense. L'instance judiciaire déterminera ensuite si celle-ci est recevable, et le poids qu'il faut lui accorder.

Quand vous examinez la possibilité de soumettre votre vidéo comme élément de preuve à un preneur de décision, il y a un certain nombre de règles ou de questions que vous devez prendre en considération afin d'améliorer les chances que (i) l'instance juge votre vidéo recevable et (ii) qu'elle soit convaincue par cette dernière. Bien évidemment, les normes et les règles varieront d'une juridiction à l'autre. Nous avons essayé, dans la mesure du possible, de vous donner un aperçu des règles que vous êtes susceptible de rencontrer. Dans certains cas, nous vous indiquons également où vous pouvez trouver les règlements qui s'appliquent à la cour ou au tribunal devant lequel vous vous présentez. Quoi qu'il en soit, il est impératif que vous obteniez au préalable le règlement de procédure et de recevabilité qui s'applique à la soumission de votre preuve en vidéo. Par exemple, si vous souhaitez soumettre une vidéo comme preuve devant un tribunal en Chine, vous devez obtenir le règlement formel qui régit la procédure de ce tribunal ; vous devez aussi tenir compte de la façon dont ce tribunal a traité cette forme de preuve lors de procès antérieurs. Cela dit, nous pensons qu'il existe certaines considérations générales qui s'appliquent à toute vidéo introduite comme élément de preuve. Nous espérons que celles-ci vous seront utiles lorsque vous enregistrerez, compilerez ou soumettrez votre vidéo.

QUESTIONS A VOUS POSER AVANT D'UTILISER LA VIDÉO COMME ÉLÉMENT DE PREUVE

Les défenseurs des droits humains qui enregistrent, compilent ou soumettent une vidéo comme élément de preuve doivent examiner les questions suivantes.

A quelle fin utilisez-vous la vidéo comme preuve ?

Identifiez d'abord la raison pour laquelle vous utilisez la vidéo comme preuve. Une fois que vous aurez défini votre objectif, vous serez mieux à même de décider quelles sont les sections que vous voulez utiliser, quelle est la meilleure façon de présenter votre vidéo, comment corroborer ou étayer le contenu des séquences et comment prendre les mesures nécessaires pour garantir que cette preuve atteigne son objectif. Si les images vidéo que vous filmez sont destinées à servir de preuve, votre caméraman devra garder ces points présents à l'esprit tout au long de l'enregistrement. Par exemple, la vidéo vise-t-elle à montrer un incident spécifique qui prouve qu'une violation a été commise ? Est-elle destinée à prouver l'identité d'une personne accusée ou à démontrer une ligne de conduite systématique ou l'acquiescement des autorités à une certaine pratique ? La vidéo doit-elle étayer la déposition d'un témoin particulier, ou bien fournir des informations sur la géographie d'un lieu ou d'autres renseignements qui permettront de clarifier cette déposition ?

La vidéo sur Rodney King est un exemple qui illustre la façon dont ce média peut être utilisé à différentes fins en tant que preuve. La séquence en question montrait le passage à

tabac d’un citoyen noir américain par une meute de policiers blancs. Elle a été diffusée aux quatre coins des États-Unis, déclenchant une vague d’indignation généralisée contre ce qui semblait être un exemple flagrant de brutalité policière. Or, la défense s’est appuyée sur cet élément de preuve pour plaider la violence légitime et a obtenu ainsi les acquittements qui ont déclenché les émeutes de Los Angeles en 1992.[1] La même vidéo a été utilisée à nouveau en appel, mais cette fois c’est l’accusation qui a en tiré profit. Une version améliorée de la vidéo a été présentée de pair avec d’autres pièces justificatives pour étayer un verdict de culpabilité à l’encontre de deux des officiers impliqués.[2] Le cas de Rodney King montre comment la vidéo en tant que preuve peut être utilisée pour atteindre deux résultats très différents. Ce qui importe, c’est de garder précisément à l’esprit l’objectif que vous poursuivez lorsque vous soumettez une vidéo à un tribunal, car ce faisant, vous serez en mesure de déterminer s’il vous faudra des preuves supplémentaires pour en corroborer le contenu.

Quel est le public visé par cette vidéo ?

Plusieurs options peuvent se présenter quant à l’utilisation de la vidéo et il incombe au défenseur des droits humains d’en définir, du point de vue stratégique, le meilleur débouché. Même la preuve la plus indéniable ne sera que de peu d’utilité si elle n’atteint pas le bon public. Gardez en tête les réponses à la première question, car l’utilisation que vous ferez de votre vidéo pourrait bien déterminer votre public. Par exemple, si vous cherchez à redresser un tort pour une violation spécifique des droits humains, cela peut vouloir dire que la preuve doit être soumise à un organe judiciaire. Si, en revanche, votre initiative a un but éducatif, elle sera sans doute plus efficace si elle atteint un public aussi large que possible, auquel cas la diffusion des séquences par les médias sera sans doute un meilleur choix du point de vue stratégique. Pour les avocats, le règlement juridictionnel des organes décisionnaires et leurs pratiques antérieures aideront à déterminer l’instance adéquate. Pour les autres défenseurs des droits humains, les débouchés potentiels pour la vidéo sont trop nombreux pour être traités ici.

Un défenseur travaillant pour une ONG qui documente les faits relatifs à l’utilisation systématique par un gouvernement de la torture voudra peut-être soumettre une vidéo en tant que preuve directement au Comité des Nations Unies contre la torture, l’organe qui surveille l’application par les États de la Convention des Nations Unies contre la torture. Pour de plus amples informations sur la possibilité de soumettre une vidéo à ces instances particulières des droits de l'homme, veuillez consulter le manuel en ligne de WITNESS, « Video for Change », sur <www.witness.org>.

De quelle manière la preuve peut-elle être utilisée ?

La réponse à cette question dépend de l’instance devant laquelle la vidéo sera introduite comme de preuve. Les différentes juridictions ont des règles précises concernant le type de preuve qui est recevable et les circonstances dans lesquelles une telle preuve doit être communiquée à la partie adverse. Un défenseur trouvera peut-être les règles impénétrables ou vagues. Un non-juriste devrait prendre conseil auprès des avocats qui participent au procès devant l’instance concernée. Par exemple, dans le cas du Tribunal Pénal International pour l’ex-Yougoslavie et le Tribunal Pénal International pour le

Rwanda (le TPIY et le TPIR), il est possible de prendre contact avec les bureaux de l'accusation et de la défense.

Quel est le format approprié de la vidéo ?

Les différentes juridictions emploieront et auront accès à différentes technologies (à savoir, enregistrements MiniDV, VHS, DVD et Hi8 et lecteurs capables de lire NTSC, PAL ou les deux). Pour de plus amples informations sur les formats de production, voir le chapitre 4 et les annexes. Vous devez vous assurer que votre vidéo se trouve dans un format qui pourra être lu par l'instance à laquelle vous prévoyez de la montrer. Le règlement de procédure stipulera peut-être si vous devez fournir les originaux, des copies ou des extraits. Par ailleurs, comme nous le verrons plus loin, certains formats peuvent être considérés comme plus fiables que d'autres.

TOUJOURS FAIRE PREUVE DE LA PLUS GRANDE PRUDENCE QUAND VOUS OBTENEZ ET PRÉSENTEZ UNE VIDÉO EN TANT QUE PREUVE

Faites toujours preuve de la plus grande circonspection, lorsque vous obtenez et soumettez une vidéo comme élément de preuve. Vous devez prendre un soin particulier sur le plan de l'*enregistrement* des séquences vidéo, de leur *conservation* et de leur *utilisation*.

Vous ou votre caméraman pouvez courir des risques pendant l'enregistrement. En effet, dans certaines juridictions, les auteurs de violations des droits humains peuvent prendre des mesures de rétorsion contre ceux qui participent à des manifestations publiques ou qui les dénoncent. Les gouvernements, les forces paramilitaires et autres représentants des autorités peuvent se servir de votre vidéo pour identifier un témoin ou des spectateurs et exercer des représailles à leur encontre. Prenez donc toutes les mesures nécessaires pour protéger leur vie privée et leur anonymat, surtout s'il existe un risque de représailles. Pour de plus amples informations sur cette question, voir le chapitre 2.

Tous celles et ceux qui sont impliqués dans la création d'une vidéo en tant que preuve, du témoin au caméraman, doivent être conscients des risques qu'ils courent et ils doivent avoir l'occasion de donner leur consentement en pleine connaissance de cause. Voir les annexes III et IV pour des exemples de formulaires de consentement qui permettent d'expliquer l'usage qui sera fait des images, et d'autoriser cette utilisation. Veillez à ce que ce formulaire soit adapté à la situation et traduit dans la langue appropriée avant son emploi. Attachez-vous, dans la mesure du possible, à obtenir ce consentement pendant le tournage. Cela dit, vous devez être attentif au fait que le niveau de danger pour le témoin qui vous donne sa permission peut augmenter si les circonstances changent. En conséquence, vous devez vous efforcer d'obtenir confirmation de la part d'un témoin qu'il est toujours disposé à ce que sa déclaration préalablement enregistrée soit introduite comme preuve. N'oubliez pas que même si votre témoin n'est plus disponible, parce qu'il a trouvé refuge ailleurs ou est décédé, sa famille sur place peut encore être soumise à des représailles.

Considérations concernant l'anonymat des témoins dans un témoignage par vidéo

Vous devez toujours protéger, dans la mesure du possible, l'anonymat des témoins. Cette règle s'applique à *toutes* les situations où un témoin demande à garder l'anonymat avant, pendant ou après vous avoir communiqué une information.

Cela dit, lorsqu'un témoin souhaite garder l'anonymat (une situation sans doute plus fréquente dans le cadre des droits humains et des crimes de guerre en raison du risque accru de représailles), un décideur judiciaire peut être réticent à admettre une vidéo comme élément de preuve. Dans certains cas, il sera impossible ou contre-productif d'utiliser des témoins anonymes. Par exemple, certaines instances judiciaires exigent que les témoins soient identifiés ou que l'identité ou la fonction du témoin fasse partie intégrante de la preuve soumise par cette personne. Dans de telles circonstances, des dispositions ont parfois été prévues afin de protéger jusqu'à un certain point l'identité du témoin. Le TPIR et le TPIY, par exemple, ont mis en place des « séances à huis clos » dans le cadre desquelles les témoins nécessitant une protection peuvent déposer sans révéler leur identité. Il est essentiel de se renseigner sur les mécanismes existants pour protéger les individus vulnérables, d'en connaître le fonctionnement et de les utiliser.

Dans la plupart des juridictions, la garantie d'une procédure régulière et le droit à un procès équitable stipulent qu'un accusé a le droit de procéder à un contre-interrogatoire de son accusateur afin de pouvoir confronter directement un témoin qui dépose contre lui. Les cas présentés ci-dessous illustrent la façon dont certains tribunaux considèrent les témoignages anonymes comme contraires à ces principes et peuvent donc être réticents à les admettre. En tant que vidéoactivistes, nous devons garder ces décisions à l'esprit. En effet, il vous faudra peut-être fournir une preuve supplémentaire à l'appui d'un témoignage anonyme pour obtenir une condamnation dans une affaire au pénal.

La Cour européenne des droits de l'homme (CEDH) a examiné l'emploi de la preuve apportée par un témoin anonyme dans une affaire impliquant le crime organisé, *Kostovski contre Pays Bas*.[3] Kostovski avait porté plainte auprès de la CEDH pour violation de son droit à un procès équitable, garanti par l'article 6 de la Convention européenne des droits de l'homme, en raison de sa condamnation sur la base de déclarations de témoins anonymes qui avait été versées au dossier. Les Pays-Bas ont allégué que le témoignage anonyme devait être admis, parce que les témoins dans les procès contre le crime organisé étaient souvent intimidés ou craignaient pour leur sécurité. La CEDH a noté qu'elle comprenait l'importance de la lutte contre le crime organisé et qu'elle autorisait les gouvernements et les tribunaux nationaux à statuer sur les questions de recevabilité des preuves. Mais dans l'affaire *Kostovski*, la Cour a soutenu qu'en l'occurrence, le fait de s'appuyer sur des déclarations anonymes afin d'obtenir une condamnation « a conduit à restreindre les droits de la défense d'une manière incompatible » avec le droit à un procès équitable.

De même, la Cour suprême du Canada a mis en garde contre l'utilisation de déclarations de témoins enregistrées sur vidéo comme *seul* fondement d'une condamnation. Elle cite les circonstances inconnues qui peuvent entourer l'enregistrement des déclarations d'un témoin, l'impossibilité de mener un contre-interrogatoire et l'incapacité pour un juge d'observer directement le comportement du témoin avant de trancher.[4]

CATÉGORIES JURIDIQUES DE LA PREUVE : DIRECTE ET CIRCONSTANCIELLE

Quelle que soit la juridiction dans laquelle vous travaillez, la vidéo en tant qu'élément de preuve tombe en général dans l'une de ces deux catégories : (1) preuve directe ou (2) preuve circonstancielle. Nous expliquons chaque catégorie ci-dessous, ainsi que la notion de (3) contre-preuve.

Preuve directe

Comme son nom l'indique, vous pouvez avoir une preuve « directe » qui peut être utilisée pour prouver qu'un événement particulier a eu lieu ou pour démontrer un élément précis d'un crime. Par exemple, une vidéo montrant X qui bat Y est une preuve directe qui vérifie l'allégation selon laquelle Y a été battu par X. La preuve est dite « directe », parce qu'elle démontre un point clé de l'affaire dont est saisie la cour.

La vidéo en tant que preuve a été utilisée comme preuve directe dans les tribunaux nationaux. Au Canada comme aux États-Unis, elle a servi de « témoin silencieux » dans les situations où il n'y avait aucun témoin oculaire, mais où une caméra vidéo, telle qu'une caméra de sécurité ou de surveillance, avait enregistré l'infraction. Dans *R. contre Nikolovski*, par exemple, la preuve consistait en images filmées par la caméra de sécurité qui montraient l'accusé en train de cambrioler un magasin. La Cour suprême du Canada a soutenu que la vidéo était un élément de preuve clair et irréfutable, si bien qu'il n'y avait nul besoin de preuve orale ou écrite pour la corroborer – l'accusé pouvait être reconnu coupable sur la seule base de la vidéo.

Dans un autre procès aux États-Unis où l'acte d'accusation portait sur le trafic de stupéfiants, une vidéo montrait le nombre de plantes de marijuana cultivées. La Cour d'appel américaine a conclu que la vidéo fournissait une preuve directe démontrant le point clé de l'affaire (le nombre de plantes) et qu'il n'y avait donc aucun besoin de preuves supplémentaires.

Preuve circonstancielle

Contrairement à la preuve qui démontre directement un incident ou un élément d'un crime, la preuve circonstancielle démontre les conditions dont on pourrait raisonnablement inférer que l'incident s'est produit, ou dont on pourrait déduire les éléments du crime. Par exemple, une vidéo montrant Y blessé et X dans un état agité tenant une arme peut être utilisée pour prouver que X se trouvait sur le lieu du crime dans un état agité avec une arme. Il *aurait* donc *pu* commettre le crime. Par contre, un film montrant X qui bat Y en serait une preuve directe.

Les preuves circonstancielles enregistrées sur vidéo ont été utilisées par le Tribunal Pénal International pour le Rwanda (TPIR). Dans l'affaire *Rutaganda*[6], la Chambre du TPIR a examiné la question de savoir si l'accusé, qui était le second vice-président du Comité national des Interahamwe (les milices de jeunes), était au courant du degré des violences commises sous son commandement lors du génocide au Rwanda. Des vidéos ont été spécifiquement introduites afin de réfuter les déclarations de l'accusé, Georges

Rutaganda, selon lesquelles il n'avait pas connaissance du niveau de la violence qui se déchaînait autour de lui. Le procureur a présenté à la Chambre une vidéo montrant deux femmes forcées de s'agenouiller dans la rue et exécutées. On y voit les femmes frappées avec un manche à balai avec une telle violence que leur nuque s'est brisée ; l'exécution a eu lieu en plein jour dans une rue animée. La vidéo a été utilisée pour montrer que Rutaganda aurait probablement eu connaissance de l'exécution ou au moins, d'autres incidents similaires. Le fait que la violence était largement répandue et qu'elle s'exerçait ouvertement a aidé à démontrer, pour le moins, l'acquiescement des autorités.

Dans plusieurs juridictions, telles que le Royaume-Uni, les États-Unis[7] et le Canada, « la preuve de faits similaires » ou la « preuve de conduite antérieure déshonorante » peut être utilisée afin de démontrer qu'un accusé s'est dans le passé comporté d'une manière semblable à celle décrite dans l'acte d'accusation. Dans chacune de ces juridictions, la preuve d'un comportement passé comme preuve d'un chef d'inculpation actuel n'est en général pas admissible. Mais elle peut être recevable s'il est possible de démontrer qu'un comportement préalable ressemble de façon frappante au comportement dont est accusé le prévenu : elle peut dans ce cas être introduite en tant que preuve circonstancielle qui atteste de la répétition du comportement. Les normes précises concernant la recevabilité de ce genre de preuve varient d'une juridiction à l'autre. Le traitement de ce type de preuve circonstancielle à l'échelle nationale peut être instructif pour son utilisation au niveau international ou dans d'autres juridictions nationales. Si vous avez une vidéo qui montre une ligne de conduite systématique d'un individu, d'une institution ou d'un État, vous pouvez envisager de la soumettre à titre de preuve circonstancielle.

La preuve circonstancielle peut être extrêmement importante, et ce de deux façons : en tant que preuve corroborante et en tant que preuve contextuelle.

Preuve corroborante

La vidéo peut jouer un rôle important en corroborant en ou étayant un témoignage oral ou écrit. Les images vidéo peuvent confirmer la déposition d'un témoin sur des violations que les avocats auraient du mal à prouver ou que les juges auraient de la peine à concevoir en leur absence. Au TPIY, dans l'affaire *Stakic*[8], la Chambre de première instance II s'est appuyée sur des enregistrements vidéo en tant que preuve corroborante pour déterminer qu'il y avait eu destruction systématique des maisons musulmanes et croates, tandis que celles des Serbes étaient épargnées. Le caractère systématique a été rendu évident par la vidéo présentée afin de prouver l'allégation selon laquelle les maisons des Musulmans et des Croates avaient été prises pour cible – qu'il ne s'agissait pas d'une perception purement partisane des témoins à charge.

La preuve corroborante peut être utile pour renforcer la déposition d'un témoin face à un contre-interrogatoire habile ou agressif. En effet, un témoin qui a déposé peut être interrogé de façon agressive par l'avocat de la partie adverse qui peut remettre en question les souvenirs du témoin ou jeter un doute sur ses motifs. Une preuve corroborante peut aider à établir que la déposition du témoin est conforme aux événements en cause, écartant ainsi tout soupçon que le témoin n'est pas impartial ou qu'il se trompe tout simplement.

Preuve contextuelle ou démonstrative

Dans de nombreuses instances internationales, les juges ne sont pas originaires du lieu où les événements pertinents se sont produits. Les preuves contextuelles peuvent donc jouer un rôle important pour brosser un tableau plus clair de ce qui s'est passé. Comme son nom l'indique, la preuve contextuelle fournit un *contexte* au témoignage ou aux faits en question. La preuve n'est pas utilisée principalement pour démontrer ou corroborer les faits (même si elle peut le faire, voir *Akayesu* ci-dessous), mais elle aide les juges à comprendre l'atmosphère, le lieu géographique ou le climat politique dans lequel les événements en cause se sont produits.

Dans l'affaire *Akayesu*[9], des images de rivières débordant de cadavres ont été montrées au TPIR. Elles ne prouvaient pas qu'un certain événement se fût produit ni ne contribuaient à démontrer les éléments d'une allégation particulière, mais elles présentaient une image visuelle puissante d'une scène qui sans elles, aurait été inimaginable. En bref, l'image a démontré à la cour l'horreur de la situation au Rwanda. Indirectement, cette preuve a renforcé la crédibilité des témoins qui décrivaient des scènes tout aussi atroces qu'un auditeur non informé aurait pu trouver exagérées.

De même, le TPIY a admis la vidéo pour saisir le contexte dans lequel des crimes avaient pu être commis. Ainsi, dans l'affaire *Kunerac*[10], des images de Radovan Karadzic et Alija Itzebegovic dans le cadre d'un débat parlementaire ont été présentées au TPIY. Cet élément de preuve a été utilisé pour expliquer que la « propagande nationaliste devenait de plus en plus agressive, que les divisions ethniques s'accentuaient et que les rassemblements politiques se multipliaient ». Dans le procès *Tadic*, le TPIY a pu voir des images de la région dans laquelle les crimes allégués avaient été commis, et celles-ci lui ont permis de se familiariser avec sa géographie et sa topographie.[11] De même, dans l'affaire *Kordic et Cerkez*[12], l'accusation s'est vue autorisée à soumettre des « dossiers » ou « classeurs relatifs aux villages » comprenant des vidéos et des instantanés de vidéo (c'est-à-dire des photos instantanées tirées de la vidéo), ainsi que des transcriptions concernant les conditions, entre autres, du village de Tulica. La preuve contextuelle sur vidéo a été très largement utilisée par l'accusation pour montrer les dégâts subis par le village, et pour aider les témoins qui décrivaient ce village.

Contre-preuve

Cette dernière catégorie de preuve peut comprendre tant une preuve directe qu'une preuve circonstancielle – ce qui la caractérise, c'est l'*usage* qu'on en fait. Après la déposition d'un témoin, l'avocat de la partie adverse, ou le juge dans certaines juridictions, peut poser des questions et conduire un contre-interrogatoire. Au cours de celui-ci, l'exactitude et la véracité des assertions d'un témoin peuvent être mises à l'épreuve. Dans le cadre de cette procédure, l'avocat de la partie adverse peut utiliser une vidéo comme preuve afin de contredire, *réfuter* ou jeter un doute sur les déclarations antérieures du témoin. Hors du contexte des droits humains, la vidéo a souvent été utilisée pour réfuter d'autres preuves dans des affaires de dommages corporels : la vidéo a ainsi été utilisée pour réfuter la déposition du plaignant concernant la gravité de ses blessures, ou pour montrer que le plaignant s'était livré à des activités incompatibles avec les blessures invoquées.[13] Par exemple, quelqu'un allègue qu'il s'est blessé au dos et

qu'il ne peut pas travailler. Or, on le voit sur une vidéo en train de soulever son enfant de cinq ans ou de faire du jogging.

La vidéo en tant que preuve peut ainsi être utilisée afin de réfuter une allégation, le chef de jugement spécifique d'une instance inférieure ou un autre type de preuve.

UTILISER LA VIDÉO EN TANT QUE PREUVE : CONNAÎTRE LES RÈGLES

Il vous faudra aussi garder à l'esprit les exigences procédurales qui devront être remplies avant qu'un tribunal n'admette une vidéo en tant que preuve. Ces exigences se rapportent aux règles de procédure, aux critères qualitatifs tels que la clarté, la qualité des images et leur organisation, ainsi qu'à la disponibilité du matériel source original, c'est-à-dire les séquences brutes. Dans cette section, nous examinerons les questions générales que vous devez garder à l'esprit lorsque vous envisagez d'utiliser vos images vidéo en tant que preuve, et de quelle façon.

N'oubliez pas que dans la plupart des tribunaux, seuls le procureur ou l'avocat de la défense peuvent introduire des preuves, y compris les cassettes vidéo. D'autres individus et organisations ne peuvent pas le faire. Il vous faudra travailler avec l'une des parties et la convaincre d'introduire votre vidéo en tant que preuve.

Une fois que vous avez défini l'objectif que vous voulez que votre vidéo atteigne, renseignez-vous sur la probabilité qu'elle sera admise par l'instance où vous entendez la présenter. Les règles de cette instance doivent guider vos pratiques de tournage. Si vous voulez utiliser des images qui ont été filmées par quelqu'un d'autre, analysez les directives de l'instance en la matière et choisissez les séquences qui seront probablement acceptées comme crédibles et pertinentes.

Nous pouvons ici tracer les grandes lignes des principes de base qui peuvent être instructifs quand vous utilisez la vidéo devant n'importe quelle instance. Si des règles spécifiques de preuve ou de procédure sont disponibles, il est important de les consulter. Chaque instance a en général ses propres règles, dont certaines sont disponibles en ligne.

Que vous vous présentiez devant une cour de justice, un tribunal ou même un conseil de village, les coutumes et les pratiques détermineront la façon dont les preuves seront présentées à un juge. Les règles des cours de justice et des tribunaux sont consignées de façon officielle, et les juges ou l'avocat de la partie adverse demanderont aux avocats qui présentent des preuves de respecter ces règles. Par exemple, le TPIY et le TPIR ont tous deux un « Règlement de procédure et de preuve » qui détermine sous quelles conditions une preuve peut être admise et contient des dispositions relatives au genre de preuve, telle que déposition de témoins, déposition de témoins experts, faits prouvés autrement que par l'audition d'un témoin, ligne de conduite délibérée, preuves en matière de violence sexuelle, etc., tout comme des précisions quant aux éléments qui doivent être communiqués à la partie adverse.

En général, lorsque vous disposez d'un exemplaire du règlement de procédure et de preuve pertinent, recherchez les points suivants :

- Les règles se rattachant spécifiquement à la vidéo en tant que preuve. De nombreux règlements de preuve ne font pas directement référence à la vidéo,

auquel cas les règles générales s'appliqueront. En tout état de cause, il est bon de rechercher toute règle de preuve qui se réfère directement à la vidéo ou à une autre forme de preuve visuelle.

- Des règles de preuve qui interdisent spécifiquement l'utilisation de la vidéo.
- Le pouvoir discrétionnaire accordé aux juges ou aux procureurs. Il est important de savoir qui a un pouvoir discrétionnaire quant à la recevabilité d'une preuve.
- Toute exigence de notification. De nombreuses juridictions exigent des parties qu'elles notifient le décideur (cour ou tribunal) et la partie adverse de la nature, le contenu et tout autre détail pertinent relatif à la preuve qui sera introduite. Le manquement à l'exigence de notification risque de vous empêcher d'utiliser une preuve qui aurait par ailleurs été recevable.

Il est impératif de respecter les règles particulières relatives à la vidéo en tant que preuve. Avant de vous présenter devant n'importe quelle instance, vous devez vous assurer que vous avez obtenu un exemplaire du règlement et que vous vous y conformez. N'oubliez pas que les règlements de procédure sont soumis à modification, sont souvent très généraux et ont tendance à favoriser l'admission de preuves. La pratique non écrite de l'instance concernée peut être aussi instructive que le règlement. Veillez à vous renseigner sur les coutumes et pratiques d'une juridiction – par exemple, les arrêts rendus à ce jour par les juges, notamment en l'absence de règles écrites qui se réfèrent spécifiquement à la vidéo.

UTILISER LA VIDÉO EN TANT QUE PREUVE : RECEVABILITÉ, AUTHENTICITÉ ET POIDS

Alors que l'administration de la preuve peut varier d'une instance à une autre, il y a deux étapes fondamentales où un décideur examinera son utilisation : au stade de la recevabilité et à celui de la pondération ou de l'appréciation. La première étape déterminera si la preuve sera utilisée, tandis que la seconde portera sur la pondération ou l'importance que la preuve aura dans le cadre du procès.

Stade de la recevabilité

En l'absence de règles autorisant ou excluant spécifiquement un certain type de preuve, le juge en évaluera la recevabilité. Cette détermination dépend en général de (1) la pertinence de la preuve, y compris une appréciation de sa « valeur probante » par rapport à son « effet préjudiciable » et (2) de sa fiabilité.

Recevabilité : appréciation de la pertinence

La préoccupation primordiale dans tout débat concernant la recevabilité ou non-recevabilité d'une preuve est sa *pertinence*.

La partie qui cherche à introduire tout élément de preuve doit convaincre le juge que tel élément de preuve est pertinent dans l'affaire dont est saisie la cour. La pertinence peut être établie en montrant que :

- La preuve établit directement un élément de l'affaire (preuve directe).
- La preuve aide à établir un élément de l'affaire, car elle démontre les conditions dont on pourrait raisonnablement inférer qu'un incident a eu lieu ou que des éléments d'un crime existent (preuve circonstancielle).

Stade de la recevabilité : appréciation de l'impact préjudiciable

Dans le cadre de l'appréciation de la pertinence d'une preuve, une cour devra également décider si la valeur probante de celle-ci est supérieure à son éventuel effet préjudiciable. Dans cette analyse, le décideur devra soupeser deux considérations fondamentales :

- La *valeur probante* de la preuve vidéo qui apprécie l'utilité de la vidéo pour prouver l'affaire au centre du procès.
- L'*effet préjudiciable* qui apprécie le caractère nuisible de la preuve ou son influence indue sur les sentiments du juge.

Les juges appliqueront généralement les considérations suivantes pour apprécier la *valeur probante* d'un élément de preuve, vidéo comprise:

- La force de la preuve.
- La mesure dans laquelle la preuve contribue directement ou indirectement à une constatation ou une conclusion potentielle concernant les faits en question.

L'appréciation de l'*effet préjudiciable* d'un élément de preuve n'est pas une science exacte. La preuve visuelle a le potentiel d'être très convaincante ou peut influencer le spectateur, ce qui signifie qu'elle a aussi le potentiel d'être fortement préjudiciable. Une vidéo qui ne fournit qu'un « effet de choc » ou qui ne sert qu'à ternir la réputation de l'accusé ou de la partie adverse ne sera pas admise, parce qu'elle sera considérée comme préjudiciable et par conséquent, non recevable.

Les critères suivants sont généralement utilisés pour apprécier l'*effet préjudiciable* d'un élément de preuve :

- Dans quelle mesure la preuve est-elle nuisible ou jette-t-elle le discrédit ?
- Dans quelle mesure la preuve appuie-t-elle une inférence de culpabilité ou de faute uniquement sur la base de la basse moralité de l'accusé qu'elle dépeint ?
- Dans quelle mesure la preuve risque-t-elle de compliquer les faits en cause ?
- Dans quelle mesure la preuve est-elle sensationnaliste, inflammatoire ou injurieuse ?

- Est-il possible de répliquer à cette preuve particulière ?

En résumé, une preuve a d'autant plus de chance d'être admise qu'elle établit un élément du délit au lieu de provoquer une réaction émotionnelle. Si la preuve ne démontre que peu de choses, mais risque d'influencer indûment un juge, il est peu probable qu'elle soit retenue. La preuve visuelle, telle que la vidéo, est souvent jugée non pertinente si elle est excessivement brutale et ne jette pas un éclairage nouveau sur les faits en cause.

Étude de cas : démonstration de la pertinence, un cas hypothétique

Dans le cadre d'une action en justice pour crimes de guerre, une vidéo montrant des cadavres sur le lieu d'un massacre est remise à l'accusation. Le massacre s'est produit à Plainville le 1er août 1972. L'accusé est présumé avoir participé à ce massacre. Les séquences filmées peu après le massacre montrent clairement l'emplacement géographique de ce dernier, donnent une vue panoramique de la scène et contiennent des gros plans de plusieurs hommes, femmes et enfants assassinés. La vidéo indique l'état des cadavres, ainsi que leur position par rapport aux autres points de repère de Plainville. Certains des gros plans sont très explicites et susceptibles de choquer le spectateur moyen. Il va de soi que, dans la mesure où la vidéo expose les conséquences immédiates du massacre en cause, elle est pertinente sur un plan factuel, mais est-elle excessivement préjudiciable ?

La réponse dépendra de l'objet de l'affaire. Supposez, par exemple, que la défense soutienne que (1) le massacre n'a pas eu lieu ou (2) que le « massacre » était un conflit militaire et n'impliquait pas de civils (c'est-à-dire femmes et enfants). Dans de telles circonstances, la vidéo serait sans doute considérée comme pertinente, car elle se rapporte clairement aux questions qui doivent être tranchées.

Si, en revanche, la défense reconnaît qu'il y a eu un massacre de civils à Plainville le 1er août 1972, et que le seul fait contesté est la présence ou la participation de l'accusé, la vidéo est-elle toujours pertinente et recevable ? Il est possible que non, car elle contient des images qui pourraient être très préjudiciables à l'accusé (qui pourrait être injustement associé à cette preuve) sans pour autant jeter un éclairage nouveau sur le fait en cause.

Stade de la recevabilité : fiabilité, exactitude et authentification

Outre la pertinence, la preuve doit être *fiable*. Pour qu'une preuve vidéo soit fiable, vous devez démontrer que les images sont authentiques. Autrement dit, le décideur veut être sûr que la preuve n'a pas été montée de toutes pièces, falsifiée ou modifiée, et qu'elle n'a pas été manipulée de façon à induire en erreur.

Nous examinons ici quelques questions typiques qui se posent dans le cadre de l'authentification d'une vidéo.

La fiabilité d'un élément de preuve est d'une importance suprême pour un organe de décision judiciaire qui se penche sur la recevabilité de cette preuve dans le cadre d'un procès. Pour qu'une preuve vidéo soit considérée comme fiable, le juge doit pouvoir se

fier à ce qu'il ou elle voit. Il s'agit là d'une analyse particulièrement importante dans la mesure où la vidéo peut être soumise à une manipulation technologique ou autre de la part du réalisateur. Ce dernier peut aussi, délibérément ou non, filmer d'une façon qui ne dépeint pas une scène avec exactitude. Comment donc démontrer la fiabilité ? Il y a plusieurs manières de le faire. Selon les circonstances, considérez les points suivants :

- Technologie fiable
- Une pratique de tournage qui garantit la fiabilité
- La source de la vidéo
- La chaîne de garde
- L'authentification des séquences par l'intermédiaire d'un témoin approprié

Technologie fiable : La vidéo peut être manipulée numériquement afin de la modifier ou d'insérer des images générées par ordinateur qui peuvent fausser la représentation des événements. Il existe plusieurs façons de prouver qu'une vidéo est conforme à la réalité. L'authentification par un témoin et un traitement soigné de la preuve après sa création aident à asseoir la confiance des décideurs envers les images qui leur sont présentées. En outre, certaines considérations technologiques, avant ou pendant la prise de vues (si vous êtes présent ou participez à la documentation des faits par la vidéo), contribuent également à démontrer la fiabilité des séquences filmées.

Ces considérations se rapportent, d'abord, au *choix du format*. La possibilité de manipulation technologique d'une vidéo par le biais de la technologie numérique, dont l'utilisation est de plus en plus répandue, est une source de préoccupation croissante (les formats analogiques sont toujours plus difficiles à manipuler et par conséquent, plus difficiles à contester). Mais selon le spécialiste du film Peter Thomas, les images numériques sont, pour l'heure, très difficiles à falsifier de façon convaincante. Il cite, par ailleurs, l'admission des écoutes téléphoniques sur CD dans le procès de Slobodan Milosevic au TPIY et affirme que, compte tenu du fait qu'il est relativement facile de manipuler technologiquement cette forme de preuve, la vidéo numérique, en tant que catégorie, ne devrait pas être exclue des procédures judiciaires.

Une seconde considération est l'*authentification technologique*. Dans certaines circonstances, vous pourrez peut-être utiliser un procédé appelé *tatouage numérique* afin de prouver que la vidéo n'a pas été modifiée ou falsifiée.[14] Selon Hany Farid, professeur adjoint en sciences informatiques à l'Université de Dartmouth et au Centre de recherche en sciences neurologiques de cette même université, un tatouage numérique est un code ou une signature d'identification imperceptible intégré dans le média numérique ou analogique (son, image ou vidéo). Cette technologie est utilisée par les propriétaires de droits d'auteur pour identifier le matériel diffusé illégalement. Si un tatouage imperceptible est inséré dans une vidéo au moment de son enregistrement, toute modification pourra être détectée en vérifiant simplement si le tatouage a été modifié depuis le moment de l'enregistrement. Bien qu'il soit versatile, c'est-à-dire qu'il peut être utilisé sur une vidéo numérique ou analogique (ou avec un son ou des images photographiques), c'est un procédé qui n'est pas disponible en toutes circonstances, car pour insérer un tatouage au moment de l'enregistrement, il vous faut une caméra conçue spécialement à cet effet. Il existe aussi la possibilité qu'un utilisateur supprime ou manipule un tatouage, procédé dont la mise à l'essai n'a pas encore été menée à son

terme. Nous vous conseillons donc de veiller à avoir un témoin qui attestera de l'authenticité de la vidéo.

Une troisième considération est la *modification délibérée*. Dans certaines circonstances, vous pouvez délibérément modifier votre vidéo pour souligner un fait ou une question spécifique. Par exemple, vous pouvez agrandir un instantané photographique d'un enregistrement vidéo pour montrer l'arme que l'accusé tient à la main. Dans de telles circonstances, attirez l'attention de la cour sur cette modification et remettez-lui la version modifiée ou agrandie de pair avec la version originale non modifiée.

Pratiques de tournage qui garantissent la fiabilité : Même le caméraman le plus scrupuleux peut, sans le vouloir, filmer d'une façon qui remette en question l'exactitude d'une image. Prenez l'exemple de ces images d'un camp de détention en Bosnie en 1992 qui ont suscité une polémique. L'une des images de prisonniers bosniaques était prise en gros plan par les journalistes britanniques, et il était donc impossible de voir clairement si les individus représentés étaient entourés de barbelés et de ce fait, enfermés, ou si ils se tenaient simplement derrière ceux-ci. La controverse aurait pu être facilement évitée si un plan plus large avait été filmé pour introduire la scène avant de faire un zoom.

L'impartialité réelle ou perçue est une considération importante dans l'appréciation de la fiabilité. Pour qu'une vidéo soit considérée comme impartiale, elle doit être, dans la mesure du possible, libre de tout parti pris. Ce qui veut dire que les images doivent être filmées équitablement sans tentative d'induire le public en erreur. Dans l'affaire *Tadic*, le TPIY a examiné la question de l'impartialité des enregistrements vidéo des interviews de témoins. Le TPIY a conclu que l'avocat de la défense avait manipulé la preuve en subornant des individus pour qu'ils témoignent de certains événements à la caméra ; il a été condamné pour outrage au tribunal et reconnu coupable de faute professionnelle.[15] Il va de soi qu'il s'agit là d'un cas extrême d'un enregistrement qui déroge au principe de l'impartialité, mais il illustre l'importance d'une vidéographie exacte.

Étude de cas : le titre provocateur

En 2000, la Clinique des droits de l'homme de la Faculté de droit de l'Université de Columbia s'est associée à WITNESS afin de documenter la discrimination exercée contre les individus d'origine haïtienne domiciliés dans la République dominicaine et leur déportation. Arturo Carrillo de la Clinique des droits de l'homme de l'Université de Columbia, explique :

> Dans notre cas, nous devions faire une analyse de substance. Nous devions découvrir quelles étaient les règles en droit dominicain et dans la réglementation en matière d'immigration qui étaient violées. Il en allait de même des normes du système international, dont le système interaméricain. En l'occurrence, il y avait aussi des instruments des Nations Unies qui s'appliquaient.

Ils ont décidé de présenter leur cas à trois institutions internationales : la Commission interaméricaine et la Cour interaméricaine pour les droits de l'homme, ainsi que le Comité des droits de l'homme des Nations Unies.

Deux versions différentes de la vidéo ont été créées. La première, d'une durée de 13 minutes et en espagnol, était destinée à la Cour interaméricaine. La seconde a été préparée en anglais pour les Nations Unies. Les deux vidéos présentaient en alternance les articles de lois pertinents affichés à l'écran et les témoignages d'individus concernés qui corroboraient les allégations de violation de chaque article (témoignages qui étaient représentatifs de pratiques plus généralisées de violations). Outre l'argumentation globale, les articles mentionnés dans les vidéos reprenaient directement les éléments contenus dans l'exposé écrit qui fournissait des informations plus substantielles et plus détaillées sur l'affaire.

Le premier exposé était intitulé « El Apartheid Del Caribe : Caso #12.271 Ante La Corte Interamericana de Derechos Humanos » (Apartheid dans les Caraïbes : Affaire No. 12.271 devant la Cour interaméricaine des droits de l'homme). Arturo reconnaît que :

> Notre premier titre n'était pas une bonne idée du point de vue stratégique. Nous avions décidé d'utiliser quelque chose qui avait été dit dans l'une de nos interviews : apartheid dans les Caraïbes... Mais en tant que titre, c'était une exagération et au moment de nous présenter devant la cour, nous avons eu quelques sueurs froides, parce que nous nous sommes rendu compte que la République dominicaine pouvait bloquer le visionnage de la vidéo sur la base de ce titre partial !

La vidéo a finalement été retenue comme preuve, mais le Professeur Carrillo recommande que « dans un cadre juridique, le titre soit neutre, avec un nom technique ». La vidéo a donc été rebaptisée et remontée pour la projection devant les Nations Unies sous le titre de « Mass Expulsions of Suspected Haitians in the Dominican Republic : Recent Episodes in a Recurring Practice » (Expulsions en masse de Haïtiens soupçonnés dans la République dominicaine : Épisodes récents d'une pratique récurrente).

La présentation d'une vidéo dans le cadre d'un tribunal est similaire à celle d'un témoin. Elle doit apparaître neutre et crédible. Arturo suggère de « faire une vidéo qui ait l'air aussi professionnelle que possible. Utilisez les outils nécessaires pour la rendre professionnelle ». En l'occurrence, la vidéo complétait une soumission écrite. La force de la vidéo a permis, par le biais d'histoires individuelles, d'établir un lien au niveau affectif avec le spectateur et d'étayer l'argument juridique qui portait sur une pratique plus généralisée d'abus.

Arturo conclut que la vidéo a eu un plus fort impact à l'échelle des Nations Unies qu'à la Cour interaméricaine :

> Il y a tellement de différences entre une audience judiciaire (la Cour interaméricaine) et une présentation durant un déjeuner (les Nations Unies). Plus la procédure est officielle, moins vous aurez d'opportunités pour ce genre de plaidoyer par vidéo. Mais la principale contribution qu'une vidéo puisse apporter est celle de mettre un visage sur les violations.

Vous trouverez ci-dessous une liste de certaines considérations dont il vous faut tenir compte pendant que vous filmez pour veiller à ce que votre vidéo soit fiable et impartiale. Notez qu'à certains égards, le style de tournage différera du style utilisé pour filmer un documentaire plus traditionnel, où l'arrêt de la caméra est une pratique relativement courante et où vous vous attachez à recueillir des plans de coupe et des images de rouleau

B. Bien souvent, il faudra que le réalisateur adopte une approche délibérée lorsqu'il filmera en vue de recueillir des preuves.

1. Pendant l'enregistrement, laissez tourner la caméra : si l'enregistrement est interrompu, il faudra que quelqu'un puisse témoigner de la raison pour laquelle la caméra a été arrêtée et de ce qui s'est passé dans l'intervalle, notamment si vous filmez des événements en direct qui sont d'une importance cruciale pour l'affaire en question, ou s'il s'agit d'une interview. Des pauses ou des arrêts fréquents nuiront non seulement à l'authenticité perçue de la vidéo, mais il sera aussi plus difficile pour un spectateur d'en suivre le déroulement.
2. Pointeur temporel : dans la mesure du possible, faites en sorte que la date et l'heure soient tamponnées sur vos séquences. Avec la plupart des caméras numériques, la date et l'heure sont automatiquement enregistrées sur la bande. Si votre caméscope ne vous le permet pas, enregistrez la date et l'heure oralement et clairement au début de la prise de vues avec une brève description de ce que vous êtes en train de faire.
3. Qualité : veillez à ce que la vidéo que vous réalisez soit de la plus haute qualité possible. La qualité du son et de l'image sera utilisée pour mesurer l'exactitude de ce que vous montrez.
4. Incluez *toutes* les informations pertinentes : ne présumez jamais que ce que vous filmez est évident. N'oubliez pas que votre film peut être vu non seulement bien après avoir été tourné, mais aussi par des personnes qui ne se sont jamais rendues sur place. Incluez toutes les informations pertinentes dans votre vidéo. Quand vous interviewez un témoin dans une situation qui ne présente pas de risques pour sa sécurité ou la vôtre, demandez-lui d'annoncer à la caméra son nom, sa fonction, l'endroit où il se trouve, ainsi que l'heure du tournage. Si vous filmez un lieu géographique, il est utile d'inclure, outre une déclaration orale à la caméra concernant l'endroit, des plans comprenant les noms des rues ou d'autres repères d'identification. Si vous enregistrez des images d'un événement (par exemple une manifestation), assurez-vous d'avoir suffisamment de plans en grand angle de l'endroit dans son ensemble pour donner au spectateur une idée des alentours, ce qui vous permettra de placer dans leur contexte les scènes précises que vous souhaitez mettre en lumière.

   NB : Encore une fois, un caméraman doit être conscient des dangers que courent les témoins ou les personnes qui apparaissent dans une séquence vidéo. Bien que les sources anonymes ne soient pas forcément dotées du même degré de fiabilité que les sources identifiées et par conséquent, puissent être moins convaincantes devant une cour, il est impératif de reconnaître les risques potentiels et de les atténuer, dans la mesure du possible, en faisant preuve de circonspection pendant le tournage. Voir la discussion plus haute dans ce chapitre et le chapitre 2.
5. Lorsque vous interviewez un témoin : veillez à ce que le témoin puisse s'exprimer librement et évitez de poser des questions suggestives (les questions qui suggèrent une réponse « correcte » ou précise), bien que vous puissiez évidemment poser des questions et demander au témoin de clarifier une réponse. Une question appropriée serait : « Avez-vous vu quelqu'un sur le lieu du crime tenant un couteau ? » Une question suggestive serait : « Avez-vous vu Annabelle sur le lieu du crime tenant un couteau ? » – s'il n'y a pas eu de déposition préalable concernant Annabelle ou son lien avec le crime. Si vous faites attention à cela durant l'interview, le spectateur ne

se sentira pas manipulé ni contraint de voir des choses d'un seul point de vue. Il aura aussi la possibilité d'appréhender les informations contextuelles qui lui permettront de prendre une meilleure décision quant à la pertinence, la valeur probante et la recevabilité d'un incident ou d'un événement particulier présenté dans votre vidéo.

Source de la vidéo : Même sans manipulation technologique, toute preuve enregistrée sur vidéo peut être manipulée au cours du tournage. Un caméraman partial ou un réalisateur aux intentions cachées peuvent filmer une scène d'une façon qui n'en donne pas une représentation exacte. Il est important de pouvoir démontrer que les images sont conformes à la réalité.

Lorsque des séquences sont enregistrées à d'autres fins que de servir de preuve en salle d'audience, on peut présumer que la vidéo est impartiale, mais seulement si la source est également considérée comme impartiale. Si vous utilisez des images filmées par un tiers avec l'intention de les soumettre comme élément de preuve, remettez à la cour des renseignements par écrit sur la source, y compris la nature du travail accompli par ce tiers. Si les séquences sont filmées en vue de constituer une preuve, par exemple une ONG enregistrant une manifestation de rue afin d'attester des méthodes illégales employées par les forces de l'ordre pour contrôler la foule, vous devez vous assurer que les séquences sont fiables en démontrant à la fois leur impartialité et leur exactitude, ce dont nous reparlerons ci-dessous.

Dans le cadre de procès devant le TPIY et le TPIR, une quantité substantielle d'images a été obtenue auprès de journalistes et dans certains cas, de civils. Les tribunaux sont parfois plus réticents à accepter des soumissions de vidéo par des ONG qui auront peut-être un objectif de plaidoyer. Il reste, en effet, beaucoup à faire dans le système judiciaire pour rehausser la crédibilité perçue et réelle de ceux qui font leur travail avec rigueur et professionnalisme pour attester des violations des droits humains et ce, en dépit du fait que ce travail puisse en fin du compte être utilisé pour soutenir une position de plaidoyer.

Démontrer la chaîne de garde : il est souvent approprié, voire nécessaire, que ceux qui sont impliqués dans le tournage d'une vidéo témoignent de l'exactitude et des circonstances entourant le tournage. Si la cour décide de remettre en question l'authenticité des séquences, elle se tournera d'abord vers la source, qui pourra être appelée à témoigner et à être contre-interrogée. Si celle-ci est décédée ou inconnue, il vous faudra, dans la mesure du possible, fournir une reconstitution de la façon dont ces séquences (ou leur copie) vous sont parvenues. C'est ce qu'on appelle souvent la *chaîne de garde* qui montre qui a eu accès à la vidéo et qui permet de réfuter toute allégation de falsification.

Il est donc important de pouvoir expliquer en détail à un juge où se trouvait le film *à tout moment*. S'il y a eu des modifications (à savoir, montage), vous devez conserver une copie originale non montée que vous serez, dans l'idéal, en mesure de présenter sur demande afin de dissiper toute crainte qu'elle puisse avoir été modifiée. Vous devez connaître tous ceux qui ont eu accès à la copie originale et en limiter le nombre. Si celle-ci change de mains à un moment ou un autre (y compris la remise du matériel brut à un centre de reproduction), vous devez pouvoir présenter un registre détaillé de tous ceux qui ont eu accès à la vidéo, autrement dit en démontrer la *chaîne de garde*, laquelle doit

clairement indiquer les dates et le nom de chaque personne en possession de la preuve en question. En outre, il vous faudra peut-être présenter des témoins qui attesteront de l'authenticité et de l'exactitude du registre.

Démontrer l'exactitude des séquences vidéo par l'intermédiaire d'un témoin : toute preuve, y compris les preuves sur vidéo, doit être introduite devant un tribunal ou une cour sur la base d'une déposition orale (c'est-à-dire en direct) ou par écrit (déclaration écrite sous serment) par un témoin qui en atteste l'authenticité et l'exactitude. La procédure à suivre pour démontrer l'authenticité est décrite ci-dessus. (NB : certaines cours n'acceptent pas les déclarations écrites sous serment et exigent la déposition d'un témoin présent, surtout s'il y a une objection de la partie adverse.)

La vidéo en tant que preuve sera reconnue d'autant plus facilement comme étant exacte, c'est-à-dire dépeignant ce qui s'est réellement passé, si elle est présentée par l'intermédiaire de la déposition (1) du caméraman ; (2) d'une autre personne présente au moment de la prise de vues ; ou (3) d'un expert.

1. Le caméraman : le caméraman peut être un témoin vital. Comme nous l'avons dit, votre caméraman doit être disponible pour être interrogé par la cour. En cas d'impossibilité, il vous faudra obtenir de lui une déclaration écrite sous serment.
2. D'autres personnes qui ont une connaissance directe de l'exactitude des séquences : selon la source de votre vidéo et les raisons pour lesquels elle a été enregistrée, la cour peut faire preuve d'une certaine souplesse concernant son versement au dossier. Par exemple, au TPIR, dans le jugement rendu dans l'affaire *Rutaganda*, le journaliste Nick Hughes avait obtenu des séquences de TV Rwanda et en avait compilé un montage. Ce montage avait été introduit en tant que preuve au TPIR par la déposition de Nick Hughes, parce que le journaliste à TV Rwanda qui avait enregistré les séquences originales n'avait pu être retrouvé. Parce que Hughes avait monté le matériel, était présent au moment de plusieurs incidents dépeints dans la vidéo et pouvait confirmer le fait que la vidéo représentait exactement ces incidents, la déposition de Hughes avait été jugée suffisante pour établir l'authenticité du montage, lequel fut versé au dossier.

Conseils rapides : liste de contrôle concernant la fiabilité

Servez-vous des conseils suivants comme d'une liste de contrôle pour veiller à enregistrer et soumettre une vidéo en tant que preuve aussi fiable, exacte, authentique et impartiale que possible :

- Information sur la source : *Vous devez pouvoir identifier la source de vos séquences vidéo, c'est-à-dire la personne qui a réalisé l'enregistrement et, le cas échéant, son affiliation institutionnelle, ainsi que la date, l'heure et les circonstances de l'enregistrement.*
- Technologie utilisée : *Prenez toutes les mesures décrites dans ce chapitre pour être à même de prouver qu'il n'y a pas eu de manipulation. Vous devez aussi pouvoir attester, si besoin, du type de matériel utilisé pour enregistrer les séquences et confirmer qu'il fonctionnait correctement.*
- Ne modifiez jamais la copie originale : *Gardez votre copie originale dans un lieu sûr et*

climatisé (dans l'idéal, à une température de 20° Celsius avec 30% d'humidité) et faites-en une seconde copie (une « sous-matrice ») que vous conserverez à part dans un lieu tout aussi sûr et que vous utiliserez pour le montage ou les projections, selon les besoins. Faites en sorte que l'original soit disponible pour la cour, si elle le demande. Le règlement peut stipuler que ce soit la partie adverse qui contrôle l'accès à l'original.

- Chaîne de garde : *Vous devez pouvoir démontrer l'emplacement de la cassette et qui y a eu accès depuis le moment de l'enregistrement.*
- Pendant l'enregistrement, laissez tourner la caméra: *surtout si vous enregistrez une interview ou un événement en cours, laissez tourner la caméra pour éviter les questions relatives aux interruptions.*
- Pointeur temporel : *Si possible, tamponnez la date et l'heure sur vos séquences ; si ce n'est pas possible, des notes méticuleuses peuvent suffire.*
- Qualité : *Veillez à ce que la vidéo que vous enregistrez soit de la meilleure qualité possible.*
- Informations pertinentes : *Incluez toutes les informations pertinentes dans votre vidéo.*

3. Témoignages d'experts : Les témoignages d'experts ont été considérés dans de nombreuses juridictions comme suffisants pour introduire une vidéo en tant que preuve. Une personne ayant des connaissances précises en matière d'histoire, de géographie ou de politique, par exemple, peut témoigner de façon convaincante de l'exactitude d'une vidéo sans avoir été présente au moment du tournage. D'une façon générale, l'authentification par un témoin est en principe possible pour autant que le témoin ait une connaissance directe de l'exactitude du contenu d'une vidéo, soit parce qu'il était présent au moment de l'enregistrement soit parce qu'il a une expertise reconnue dans le domaine des événements représentés.

Stade de la pondération et de l'appréciation

Dans de nombreuses juridictions, une fois qu'une cour ou un tribunal a décidé de verser une vidéo en tant que preuve au dossier, le juge aura à déterminer le *poids* ou l'importance à lui accorder. Cette décision dépendra en règle générale de l'usage juridique qui en sera fait. Plusieurs considérations qui entrent en ligne de compte au moment d'apprécier la fiabilité de la vidéo seront tout aussi importantes lorsque l'organe de décision judiciaire tranchera sur l'influence de la preuve dans le procès.

Il existe une large échelle de pondérations qui peuvent être attribuées à un élément particulier de preuve :

- La preuve peut avoir peu de poids, si l'avocat qui l'a soumise n'a pas été en mesure d'en établir la nature juridique (c'est-à-dire directe, circonstancielle, corroborante, contextuelle ou contre-preuve) ou si elle présente des problèmes (sur le plan de la clarté ou de la fiabilité, par exemple) qui ne constituaient pas un motif suffisant d'exclusion, mais qui en amoindrissent néanmoins l'efficacité.
- La preuve peut être considérée comme un facteur déterminant dans une affaire particulière, surtout si elle vient corroborer d'autres preuves.

N’oubliez pas que la recevabilité n’est pas la seule chose qui compte – obtenir qu’une pièce soit versée au dossier n’est que le premier pas, bien qu’il soit important. La qualité d’une preuve – sa clarté, sa fiabilité évidente et son impartialité – influera d’autant sur vos chances de lui voir attribuer un poids significatif.

Étude de cas : preuve admise, mais dépourvue de poids

Dans *Gangaram Panday contre Suriname*[16], une vidéo a été versée au dossier comme élément de preuve, mais la Cour ne lui a attribué que peu de poids. Dans cette affaire, une pétition avait été soumise à la Cour interaméricaine des droits de l’homme à la suite de la mort d’Asok Gangaram Panday durant sa garde à vue par la police militaire du Suriname. Le requérant avait enregistré une cassette vidéo du cadavre à la morgue avant son incinération, et cette cassette avait été soumise par la Commission pour étayer les allégations selon lesquelles le défunt avait été torturé pendant sa détention.

La cassette était de mauvaise qualité, et elle avait été filmée une semaine environ après le décès, ce qui avait conduit le médecin légiste dont le rapport avait été également soumis par la Commission à conclure qu’elle ne permettait pas d’établir un diagnostic précis. La qualité de la cassette et le fait qu’elle avait été enregistrée une semaine après le décès ont tous deux contribué au poids qui lui a été accordé.

Nous espérons que ce chapitre aura contribué à lever le voile sur les moyens dont vous disposez pour utiliser vos images en tant que source de preuve puissante devant une cour ou dans le cadre d’une autre forme de procédure juridique. En raison du vaste éventail d’instances possibles à travers le monde, nous nous sommes efforcés de présenter notre commentaire sous un angle aussi large et inclusif que possible, tout en suggérant quelques pratiques clés à garder à l’esprit lorsque vous envisagez d’utiliser la vidéo en tant que preuve. Nous espérons que ce chapitre vous aura donné quelques lignes directrices générales et quelques pistes sur la façon d’obtenir l’information dont vous avez besoin afin d’amener le changement que vous recherchez. La conclusion est la suivante : ne vous sentez pas intimidé par le système juridique. En théorie, même si ce n’est pas toujours le cas en pratique, il est conçu de façon à garantir et promouvoir la justice. Nous pouvons tous y mettre du nôtre pour veiller à ce qu’il se montre à la hauteur de ce puissant objectif.

NOTES

1. « The Rodney King Trials », *Seeing Is Believing*, disponible sur <http://www.seeingisbelieving.ca/handicam/king/>.
2. *United States of America vs.Stacey Koon et al.*
3. *Affaire Kostovski c. Pays-Bas*, Requête numéro 11454/85 (1989) CEDH, disponible sur <http://cmiskp.echr.coe.int/tkp197/view.asp?item=1&portal=hbkm&action=html&highlight=Kostovski&sessionid=7521462&skin=hudoc-fr>.
4. R.c.F. (C.C.) [1997] 3 R.C.S. 1183.
5. R.c. Nikolovski [1996] 3 R.C.S. 1197.
6. *Le Procureur contre Georges Anderson Nderubumwe Rutaganda* (Rutaganda, Georges, ICTR 96-3).
7. Voir par exemple *Drew vs. U.S.*, 33i F2d 85 (D.C. Cir. 1964).
8. *Le Procureur contre Milomir Stakic* (Affaire No. IT-97-24-T).
9. *Le Procureur contre Jean-Paul Akayesu* (Affaire No. ICTR-96-4-T).
10. *Le Procureur contre Kunarac et al.*, IT-96-23 et IT-96-23/1, « Foca », Chambre de Première Instance II (2001), al. 17, disponible sur <http://www.un.org/icty/kunarac/trialc2/jugement/index.htm>.
11. *Le Procureur contre Dusko Tadic* (IT-94-1), disponible sur <http://www.un.org/icty/cases-f/index-f.htm> et <http://www.un.org/icty/tadic/trialc2/jugement/index.htm>.
12. *Le Procureur contre Dario Kordic et Mario Cerkez* (IT-95-14/2), disponible sur <http://www.un.org/icty/kordic/trialc/jugement/index.htm>.
13. Voir par exemple *Vladimir Jamandilovski vs. Telstra Corporation Limited*, No. NG22 of 1994 FED No. 1012/94 (Federal Court of Australia, New South Wales District Registry, General Division) ; *Amorgianos vs. AMTRAK* 303 (2002) F.3d 256; 2002 U.S. App. 59 Fed. R. Serv. 3d, 639 Docket No. 01-7508 (U.S. Court of Appeals for the Second Circuit). Australian Administrative Appeals Tribunal (General Administration Division) in *Ravi Wickramasinghe vs. Comcare Australia*, No. A96/401 & A96/444 AAT No. 12465, Canberra, 15-18 July 1997 (audience), 4 December 1997 (décision).
14. Information sur le tatouage numérique fournie par Hany Farid, professeur adjoint en sciences informatiques à l'Université de Dartmouth et au Centre de recherche en sciences neurologiques de cette même université, un expert dans ce domaine.
15. *Le Procureur contre Dusko Tadic*, Arrêt relatif aux allégations d'outrage formulées à l'encontre du précédent conseil, Milan Vujin, IT-94-1 (2001), disponible sur <http://www.un.org/icty/tadic/appeal/vujin-f/index.htm>.
16. Affaire Gangaram Panday, Décision et jugement du 21 janvier 1994, Cour interaméricaine des droits de l'homme (série C) No. 16 (1994).

7

Distribution stratégique : façons innovantes de toucher les publics clés

Thomas Harding

INTRODUCTION – MON HISTOIRE

Afin que votre vidéo ait un véritable impact, vous devez faire en sorte qu’elle atteigne les spectateurs clés qui ont le pouvoir d’agir. Ce chapitre vous expliquera comment choisir votre mode de distribution, concevoir votre campagne et garantir que votre vidéo ait le plus grand impact possible.

Au début des années 90, je travaillais en tant que producteur/réalisateur de projets divers à la télévision. Nombre de mes reportages et documentaires étaient diffusés à la télévision nationale aux quatre coins du monde, mais je redoutais, malgré ce large public, qu’ils n’eussent qu’un impact minime. Le message de ces films était, en effet, dilué par le cadre dans lequel ils étaient placés, entre les publicités de voitures et le dernier jeu à la mode.

J’ai quitté la télévision pour fonder Undercurrents avec d’autres vidéastes qui avaient pour vocation de promouvoir le changement par le biais de la vidéo. Autrefois, lorsque je travaillais en tant que réalisateur pour la télévision, je me demandais toujours « quel film dois-je faire pour obtenir une diffusion à la télévision nationale ? ». Maintenant, la question que je me posais était « quel est le mode de distribution que nous devrions utiliser pour avoir le plus grand impact dans le cadre de cette campagne ou de ce projet particulier ? ». Cette distinction avait des conséquences profondes.

L’un de mes premiers projets fut d’aider une communauté qui vivait à Wrexham dans le pays de Galles (voir figure 7.1). Ses habitants enduraient un bruit et une pollution épouvantables en provenance de l’usine d’aluminium voisine. Au fil des ans, ils avaient, à de nombreuses reprises, demandé au directeur de l’établissement de remédier à cette situation, mais en vain.

Voici la stratégie de distribution que nous avons développée, étape par étape :

Première étape : définir le public et se mettre d’accord sur une stratégie de distribution

A ma grande surprise, ils m’ont dit qu’ils n’avaient pas besoin d’une vidéo sur leurs problèmes soit réalisée et diffusée à la télévision nationale. Au lieu de cela, il leur fallait attirer l’attention des médias locaux afin de bâtir un soutien au sein de la communauté sur cette question. Il s’agissait pour moi d’une adaptation profonde en tant que producteur-réalisateur professionnel. Après tout, je travaillais avec une communauté pour amener le changement et non plus comme réalisateur de documentaires destinés à être retransmis à la télévision.



Figure 7.1 Une activiste de la communauté au pays de Galles utilise la vidéo pour documenter la pollution (Thomas Harding)

J'ai interviewé plusieurs habitants et nous avons remis à la radio et aux journaux locaux ces interviews, ainsi que des enregistrements de ces bruits fracassants. Ces séquences sont ensuite passées aux informations télévisées et radiophoniques locales.

Deuxième étape : procéder aux modifications nécessaires

Les habitants nous ont ensuite demandé de faire une vidéo à montrer au directeur de l'usine. Mais il est vite devenu apparent que celui-ci ne jouerait aucun rôle dans la résolution du problème. On ne le voyait jamais à l'usine et les rares fois où il avait été possible d'entrer en contact avec lui, il s'était montré grossier et peu coopératif. Il était temps de revoir notre plan de distribution.

Troisième étape : repenser et développer la stratégie de distribution

Quelque mois plus tard, les habitants m'ont annoncé qu'ils étaient prêts à passer à l'étape suivante de la distribution. Je leur ai à nouveau proposé de réaliser un grand documentaire qui serait diffusé à la télévision nationale. Ils m'ont à nouveau répondu « non ». Pourquoi ? Parce qu'ils avaient fait des recherches et avaient appris que les propriétaires de l'usine vivaient à New York, autrement dit qu'ils ne regardaient pas la télévision britannique et que les spectateurs britanniques n'auraient aucune influence sur eux. Nous avons alors décidé de produire une « lettre vidéo » destinée spécifiquement aux propriétaires de l'usine. J'ai enregistré une série d'interviews avec les habitants et y ai inclus des images de fumée noire s'échappant de l'usine, ainsi qu'une séquence merveilleuse de l'une des vieilles dames portant un couvre-oreilles pendant qu'elle enregistrait le niveau du son sur un compteur.

Quatrième étape : maximiser l’impact

Nous nous sommes vite aperçus que la lettre vidéo constituait une excellente histoire en soi. Il était temps maintenant d’obtenir une couverture médiatique à l’échelle nationale. Nous avons pris contact avec la BBC et avons invité ses producteurs à réaliser un film sur la lettre vidéo. Cette idée les a emballés et ils ont accompagné les trois habitants de Wrexham qui se sont rendus à New York pour présenter leur lettre vidéo aux propriétaires. La BBC était non seulement satisfaite du sujet, mais elle était également heureuse de pouvoir inclure de larges sections de la vidéo dans son propre documentaire.

Cinquième étape : évaluer la stratégie de distribution

Cette stratégie de distribution de la vidéo a permis de mobiliser de nombreux membres de la communauté concernée (grâce à la couverture médiatique locale). La lettre vidéo a conduit les propriétaires de l’usine à licencier le directeur et à réduire les niveaux de son et de pollution provoquée par la fumée. L’histoire de cette réussite a été montrée à la télévision nationale, rehaussant ainsi la crédibilité de la campagne nationale et encourageant d’autres individus à suivre cet exemple.

Leçons apprises

Les enseignements que j’ai tirés de ce projet sont nombreux et importants. Le principal est peut-être que les choses ne vont pas toujours comme prévu. Si cela arrive, prenez le temps de revoir le plan de distribution et d’élaborer une nouvelle stratégie. Ensuite, si une occasion inattendue se présente (comme le documentaire de la BCC), saisissez-la des deux mains si elle peut vous aider à réaliser vos objectifs. Enfin, le plus important, c’est qu’il existe de nombreux modes de distribution parmi lesquels choisir, et savoir ce qui est possible est un aspect vital de ce processus.

MODES DE DISTRIBUTION

> La distribution est importante, car sans elle, votre projet ne débouchera sur rien. Vous en serez réduit à dire : « J’ai passé deux mois à faire cette vidéo et ça n’a rien donné ». La distribution vous donne un feed-back sur votre travail et le fait avancer. Elle vous donne l’impulsion nécessaire pour revitaliser le processus. C’est comme un fertilisant. (Amalia Cordova, Coordinatrice du programme latino-américain, Centre du film et de la vidéo du Musée national des Indiens d’Amérique, États-Unis).

Après avoir lu les autres chapitres, vous savez maintenant comment concevoir votre stratégie de plaidoyer. Vous savez aussi comment produire et monter une vidéo. Il vous faut maintenant trouver le moyen de la faire parvenir aux publics que vous cherchez à atteindre.

N’oubliez pas que vous devez définir votre stratégie de distribution *avant* de commencer la phase de production et de montage pour faire en sorte que votre vidéo touche les publics cibles en temps voulu et de façon efficace.

Il existe une large palette de modes de distribution pour l'activiste de la vidéo (voir tableau 7.1 ci-dessous). Dans la pratique, la plupart des campagnes axées sur la vidéo recourent à plusieurs stratégies de distribution, autrement dit à une multiplication des objectifs. De même, les campagnes couronnées de succès ciblent souvent divers publics par le biais de stratégies de distribution distinctes, selon un ordre soigneusement élaboré et intervenant à des moments différents – ce qu'on appelle le « jalonnement » (voir pp. 242-244 pour en savoir plus sur ces deux techniques). Le choix des dates et le jalonnement peuvent être d'une importance cruciale pour la réussite ou l'échec d'un projet.

Tableau 7.1 Stratégies de distribution

1. Projections publiques	Projections communautaires Camionnettes vidéo et projections itinérantes Projections à domicile et microcinémas Festivals de films Sortie en salles (cinéma)
2. Duplication et distribution de cassettes/disques	Auto-distribution Par l'intermédiaire de réseaux Distributeur Points de vente
3. Projections privées	Distribution directe au décideur (D2D) Procédure judiciaire
4. Médias radiodiffusés (câble, satellite et télévision en clair)	Informations télévisées Documentaires télévisés Informations et documentaires radiophoniques
5. Internet et sans fil	Transmission en continu sur Internet (streaming) Sites Web Bulletins d'information/alertes sur campagnes Animations Flash Messages vidéo via téléphone portable

Dans ce chapitre, j'identifie cinq moyens fondamentaux de distribution de la vidéo. Chacun d'entre eux demande une technologie différente, un budget différent et une quantité d'énergie différente. Si vous êtes une organisation ou un individu aux moyens limités, il vous faudra réfléchir à l'option qui vous conviendra le mieux. N'oubliez pas que ce n'est pas forcément la taille de votre public, mais la tactique que vous emploierez pour l'atteindre qui fera la différence. Les stratégies de distribution présentées dans ce chapitre vous permettront non seulement de toucher et dans certains cas, de créer le public qui compte, mais aussi de contourner les traditionnelles sentinelles qui empêchent les spectateurs de voir votre matériel.

Préparez votre budget de distribution

Pendant la conception de votre stratégie de distribution et avant sa mise en œuvre, préparez un budget de distribution pour vous assurer que vous en avez les moyens ou pour voir s'il vous faut des fonds supplémentaires. Il va de soi que votre objectif est de minimiser vos dépenses et de maximiser votre impact.

Questions clés auxquelles vous devez répondre avant d'élaborer votre budget :

- Combien de temps durera la campagne de distribution ?
- Combien d'exemplaires voulez-vous distribuer ? Combien de projections communautaires organiserez-vous ?
- Comment ces exemplaires seront-ils distribués et à qui (au niveau local, national, international, par courrier ou à la main) ?
- Pouvez-vous échelonner vos dépenses dans le temps pour vous permettre de lever des fonds ?
- Comment pouvez-vous réduire vos frais ?
- Qui peut vous aider à lever des fonds ?

Efforcez-vous de réfléchir avec créativité à la collecte de fonds dans le cadre de votre stratégie de distribution. Sachez que le bénévolat, les dons de matériel et la mise à disposition gratuite d'une salle (dons en espèces) sont considérés comme une levée de fonds. Parlez-en donc à des sociétés et personnalités locales qui peuvent vous apporter leur soutien.

Si vous le pouvez, essayez aussi d'obtenir un financement. Les donateurs potentiels doivent être l'un de vos publics cibles dans la planification de votre stratégie de distribution. Il peut s'agir de gens dans la rue qui vous donneront quelques pièces de monnaie, de personnes qui achèteront vos cassettes ou d'organisations qui accordent des subventions pour des projets vidéo importants (soit au stade de la préproduction soit pour soutenir les actions de sensibilisation du public). Sachez aussi que si vous recherchez un financement pour un projet vidéo, incluez dans votre requête non seulement les coûts de production, mais aussi les coûts des actions de sensibilisation.

Travaillez avec des collègues ou des conseillers afin d'élaborer un budget pour votre stratégie de distribution. L'exemple de budget en annexe VII peut vous guider dans vos réflexions et peut aussi être utilisé dans une proposition à l'intention d'un donateur potentiel. Il est axé sur une stratégie articulée principalement autour de projections communautaires, de présentations directes aux décideurs et de la distribution d'exemplaires de votre vidéo. Vous trouverez un éventail de ressources plus détaillé sur l'élaboration d'un budget pour les actions de sensibilisation du public sur <www.mediarights.org>.

PROJECTIONS VIDÉO PUBLIQUES

> Je pense qu'il est important de comprendre l'importance d'une expérience en groupe. La vidéo est un média riche en émotions et lorsque les gens partagent une expérience, un lien se crée entre eux. Aussi, lorsque vous travaillez par l'entremise d'une organisation, vous mettez

> à profit la force de cette organisation. Les gens qui regardent une vidéo avec d'autres membres d'une organisation peuvent agir immédiatement. (Pat Aufderheide, Directrice, Center for Social Media à l'American University, Washington, D.C.).

La première catégorie de distribution est celle des « projections publiques », qui englobe les projections communautaires, les projections à domicile, les camionnettes vidéo et les projections itinérantes, ainsi que la sortie en salles et les festivals de films.

Projections communautaires

Une projection communautaire est une manifestation au cours de laquelle vous présentez votre vidéo à un groupe dans un cadre local – une école, une mairie ou un magasin. Ce groupe peut être issu de la communauté où vous avez tourné votre vidéo ou d'une communauté que vous cherchez à mobiliser autour d'un thème. Les projetions communautaires peuvent être utilisées pour amener les gens à entreprendre une action précise, mais aussi pour lancer un débat et favoriser une prise de décision participative.

Les campagnes menées au sein de plusieurs communautés sont particulièrement utiles si vous traitez de questions nationales. L'une des façons de réduire le poids administratif de cette méthode consiste à utiliser un réseau national existant, ce qui vous permettra de vous rattacher à un groupe déjà établi de leaders locaux et de gagner énormément de temps. Évidemment, pour ce faire, il faut que votre thème et votre approche cadrent avec ceux de votre organisation partenaire. Bien souvent, si une organisation est associée à la production à un stade précoce, son intérêt en sera accru et elle sera plus disposée à participer à la distribution et à en assumer les frais.

Dans certains cas, il vous faudra contourner les dirigeants locaux pour atteindre un groupe touché par un certain problème. Ceci est particulièrement vrai pour les questions délicates se rapportant aux femmes, à la communauté gay et à d'autres, affectés par des politiques ou des pratiques taboues dont les leaders locaux seront peut-être réticents à discuter (telles que le VIH/SIDA, les droits des réfugiés, les revendications territoriales de groupes autochtones, etc.).

Les avantages des projections communautaires sont les suivants :

- Vous pouvez avoir un impact considérable avec un budget limité. Il vous suffira peut-être de trouver un lieu approprié, d'inviter les représentants de la population locale et de leur montrer votre vidéo.
- Une projection communautaire peut servir de détonateur pour lancer un débat sur une politique ou une pratique qui touche la communauté directement, ou pour discuter d'un sujet délicat qui exigera une attention particulière après la projection, surtout si le sujet implique un traumatisme ou une grande perte.
- Si la vidéo vise à présenter les problèmes d'une communauté à un public plus large, la projection permettra d'obtenir le feed-back de cette dernière avant de passer au stade suivant.
- Vous pouvez encourager des groupes ciblés d'individus à entreprendre des actions précises pour soutenir une campagne (par exemple, faire appel aux étudiants pour qu'ils militent contre les ateliers de misère).

Une projection communautaire pouvant être un événement unique, vous n'aurez pas à mettre sur pied une organisation importante pour soutenir vos efforts. Vous pouvez même incorporer une projection dans des événements sociaux existants. Par exemple, vous pouvez présenter une vidéo dans le cadre d'un festival, d'un carnaval ou d'une autre activité communautaire. Ainsi, vous n'aurez pas à vous préoccuper de la façon dont vous parviendrez à attirer les spectateurs et pourrez profiter des efforts de marketing déjà déployés. Si vous optez pour cette solution, réfléchissez au moment opportun pour la projection. Choisissez une date qui ne coïncide pas avec d'autres événements sociaux plus importants, tels que les fêtes religieuses. Coordonnez votre activité avec d'autres organisateurs afin de vous assurer que le moment choisi est stratégique.

Voici les étapes à suivre pour organiser votre projection :

- Identifiez votre public et choisissez le film ou la vidéo le mieux adapté à ses besoins
- Identifiez l'individu ou l'organisation qui présentera le film et animera le débat
- Trouvez un lieu pour la projection et préparez votre matériel
- Faites la promotion de votre projection
- Gérez le personnel
- Organisez une discussion qui encourage la participation des spectateurs après la projection
- Évaluez les résultats

La clé de la réussite d'une projection communautaire est l'intérêt que la vidéo saura susciter chez les spectateurs – et la capacité que vous aurez de transformer leur passion en action.

Étude de cas : le travail de STEPS dans la communauté

par Don Edkins, producteur exécutif, STEPS, Afrique du Sud

Le programme STEPS, en Afrique du Sud, est un projet innovant visant à créer une collection de films sur le VIH/SIDA qui seront utilisés à travers toute l'Afrique méridionale. Des réalisateurs et des ONG de toute la région travaillent à ce projet et à la création de programmes.

Notre projet a débuté alors que nous parcourions les montagnes du Lesotho avec notre cinéma itinérant. A cette époque, nous montrions des films sur des questions écologiques, sociales et politiques. Les gens ont commencé à nous réclamer des films sur le VIH/SIDA. Il existait des films réalisés en Ouganda, mais rien dans la langue locale. Nous avons ensuite découvert que la même demande existait dans la région du Cap occidental. Nous n'avions pas de films à leur offrir.

C'est ainsi que nous avons décidé de produire une collection de films, qui s'adresseraient à des publics différents. Il y a un tel stigmate, une telle discrimination autour du VIH/SIDA que les gens ne veulent pas dire à haute voix qu'ils sont infectés par le virus. Nous savions que nous devions travailler de près avec les personnages, les sujets des documentaires, car lorsqu'ils révéleraient ouvertement leur condition, ils seraient jugés par leurs voisins.

Nous avons commencé le projet en demandant à des groupes de lutte contre le VIH/SIDA de participer au développement de l'histoire. Nous les avons consultés et les réalisateurs organisaient des séances de brainstorming avec eux. Nous avions aussi des experts du VIH/SIDA pour évaluer le processus tout au long, pour veiller à ce que nous employions le langage approprié… que nous allions dans la bonne direction. Pendant le tournage, nous avions aussi des thérapeutes sur place pour aider les sujets. Et les sujets participaient aux projections.

Chaque film de notre collection est un film à part entière. Il ne s'agit pas d'une série. Chaque histoire a sa propre manière de se raconter sans mettre les gens mal à l'aise. Quand nous montrons les films, nous avons des animateurs pour fournir les informations qui ne sont pas contenues dans le film. A cette fin, nous avons élaboré un guide de l'animateur portant sur la façon de traiter les questions concernant le film après la projection – nutrition, discrimination sexuelle ou tout autre thème.

Nous organisons des ateliers avec les sujets afin qu'ils puissent discuter entre eux de leurs attentes et de leurs réactions aussi bien positives que négatives. Les sujets font partie intégrante du projet et se soutiennent mutuellement. Ils voyagent actuellement avec les cinémas itinérants. Nous sommes sur le point de terminer un film sur l'ensemble du processus. Nous prévoyons aussi d'organiser une conférence l'année prochaine qui rassemblera tous les différents groupes de projection... Nos films rencontrent un écho positif auprès des spectateurs. Ils aiment ces films, parce qu'ils parlent d'eux.

Identifier votre public

Comme nous l'avons expliqué dans le chapitre 1, il vous faut identifier votre public avant de concevoir votre stratégie de distribution. Une fois que c'est chose faite, vous serez en mesure de répondre aux questions suivantes :

- A qui voulez-vous montrer votre vidéo dans le cadre de vos projections (leaders de la communauté, les gens présentés dans le film, des représentants du gouvernement, les habitants du coin, des défenseurs des droits humains, etc.) ?
- Voulez-vous attirer autant de monde que possible ou un groupe en particulier ?
- Quelle langue (ou langues) parle le public ? Vous faut-il un spécialiste du langage des signes ?
- Quelle est la durée maximale d'un événement auquel le public sera disposé à assister (c'est-à-dire pendant combien de temps pourrez-vous retenir son attention) ? Voulez-vous montrer la vidéo dans son intégralité ou juste quelques clips ? Une bande-annonce ?
- La vidéo suffira-t-elle à attirer le public ou devez-vous aussi organiser une réception ?

Choisir le bon animateur

La personne qui présentera la vidéo, la placera dans son contexte et animera la discussion est d'une importance cruciale. Un bon animateur est une personne respectée, qui se met sur la même longueur d'onde que le public et communique avec lui. Il vous faudra lui donner des renseignements détaillés sur le film et le visionner avec lui au préalable. Expliquez-lui la raison pour laquelle le film a été fait et quel est l'objectif du plaidoyer, discutez avec lui de la façon d'introduire le sujet, de fournir le contexte du film, d'animer le débat autour des questions et des thèmes qui seront soulevés et d'encourager le public à passer à l'action après la projection.

Choisir le lieu de votre projection et l'organisation d'accueil

Choisir un endroit inadéquat – trop petit, trop éclairé, trop bruyant, trop éloigné – ou une organisation d'accueil inadéquate – impopulaire dans la communauté, représentative d'une faction particulière – pourrait avoir un impact négatif sur vos efforts. Faites preuve d'imagination : les espaces ouverts, un terrain de football ou de basket, une église ou autre lieu de culte sont tous des lieux potentiels pour votre projection.

Voici quelques questions qui vous aideront dans votre choix :

- Votre public sera-t-il à l'aise dans le lieu proposé ? Soyez attentif aux questions d'accessibilité et de sécurité, ainsi qu'aux éventuelles tensions raciales, sexuelles, religieuses, ethniques, linguistiques et de classe qui peuvent influer sur la volonté du public d'assister à la projection ou d'y participer pleinement. Votre choix de l'endroit est-il lié à l'animateur ou à un allié du projet ? Est-ce que cela signifie que c'est le meilleur endroit ou faut-il chercher ailleurs ?
- Y a-t-il assez de place pour le public que vous espérez attirer ?
- Y a-t-il de l'électricité sur place ? Si ce n'est pas le cas, comment y pourvoirez-vous ?
- Quel est le matériel disponible ? Quel matériel vous faut-il apporter ? Y a-t-il assez de place pour un écran si vous voulez utiliser un projecteur ? Qui installera le matériel et qui sait comment s'en servir ?
- Est-ce que tout le monde pourra voir l'écran que vous utiliserez ? Est-ce que tout le monde pourra entendre avec le système sonore disponible ? Pouvez-vous obscurcir la salle pour des projections de jour ?
- Si vous prévoyez d'émettre des billets d'entrée, quel est le meilleur endroit pour les recueillir ? Comment les gens paieront-ils et devez-vous partager la recette avec les responsables des lieux qui vous accueillent ?
- Qui est responsable des lieux ? Y aurez-vous accès deux heures avant le début de la manifestation afin d'installer votre matériel ? Qui fermera à clé après votre départ ?
- Pouvez-vous apporter de quoi manger et boire ? Que ferez-vous des ordures ?
- Que ferez-vous s'il pleut ? Est-ce un endroit abrité ? Y a-t-il une alternative en cas de mauvais temps ?

Organiser les gens et promouvoir votre manifestation

Vous aurez besoin de gens pour vous aider à organiser votre manifestation et à la promouvoir. Comme nous le verrons plus loin dans la section sur le « Travail en réseau », ce sera d'autant plus facile si vous vous mettez en rapport et établissez des partenariats avec d'autres organisations au début de la phase de production. Les questions suivantes vous aideront à évaluer vos besoins en matière de soutien :

- Qui a un lien direct avec les thèmes que vous traitez et que vous pourriez inviter en tant qu'intervenant à la manifestation (par exemple, les gens présentés dans le film, les responsables de la campagne, etc.) ?
- Qui peut vous aider à faire la promotion de votre manifestation ? Qui produira le matériel publicitaire et qui le distribuera au sein de la communauté ? Qui prendra contact avec les médias locaux pour couvrir l'événement ?
- Quels supports publicitaires vous faut-il produire ? Ceux-ci peuvent inclure des affiches, des dépliants, des brochures, des bulletins d'information, une documentation pour la publication d'articles dans les médias locaux, des autocollants et des t-shirts. N'oubliez pas que vous devez être sensible aux préoccupations locales concernant la langue, la pudeur, la formulation, etc. et que vous devrez peut-être varier votre matériel publicitaire en fonction du public. En outre, de nombreuses projections sont organisées par courrier électronique, par panneaux ou tout simplement par le bouche à oreille.
- Qui se chargera des boissons, de la nourriture et des autres ressources ?
- Qui collectera les fonds lors de la manifestation (vente de billets, collecte de dons, demandes de subventions auprès d'organisations, etc.) ?
- Qui sera responsable du matériel pendant la projection ? Ce ou ces responsables ont-ils besoin de formation ?

Transformer la projection en action

D'après notre expérience de l'organisation de projections, il est bon de placer le film dans son contexte. Nous donnons donc une brève introduction de nos objectifs et de notre mission, un aperçu de la présentation et demandons aux spectateurs s'ils ont des questions pour centrer et situer le débat. Mike Molina, qui a travaillé sur la campagne « Books Not Bars » relative aux prisons pour mineurs aux États-Unis, explique :

> Le but de la projection, c'est de transformer une expérience de visionnage en action – de convertir l'énergie et la passion qu'une vidéo déclenche en résultats concrets. Comment ?
>
> Il y a plusieurs façons de mobiliser votre public après une projection. En voici quelques exemples :
>
> - Choisissez le bon animateur pour le film et le public.
> - Commencez la présentation en fournissant le contexte du film.
> - Animez la discussion après le film autour des questions et des thèmes soulevés afin d'aider les gens à en apprendre davantage et à prendre des initiatives, et de susciter un engagement plus profond de la communauté.
> - Obtenez les noms et les adresses des spectateurs en vue de constituer un réseau avec lequel vous pourrez travailler à l'avenir.

- Recrutez les membres du public pour votre campagne.
- Demandez au public de faire un don.
- Encouragez le public à passer à l'action. Par exemple, vous pouvez lui demander d'écrire une lettre au gouvernement ou de participer à une marche sur la mairie.
- Demandez au public de participer à une action prévue.
- Distribuez une fiche contenant des idées sur la façon de passer à l'action et une liste des organisations travaillant sur le thème.

Rendre vos projections divertissantes

> La projection du film peut être divertissante si vous parvenez à établir un lien entre les thèmes présentés et la vie de vos spectateurs. (Joey Lozano)

Certaines vidéos, notamment celles sur les droits humains, sont extrêmement sérieuses et parfois profondément pénibles. Mais si les gens perçoivent un lien avec leur propre vie et sentent qu'il sera possible d'interagir et de discuter des questions évoquées, ils y seront sans doute réceptifs et pourront même passer un bon moment. Il n'y a absolument rien de répréhensible à introduire des éléments de divertissement dans le cadre d'une projection, même si le cœur de la manifestation porte sur un sujet douloureux.

Il y a de nombreuses façons de rendre une manifestation communautaire attrayante. De la danse, de la musique, un repas, de la comédie, de la poésie, des œuvres d'art, des jeux et du sport, voilà quelques exemples de ce que vous pourriez fournir. L'important, c'est de connaître votre public. Qu'est-ce qui sera approprié au thème de votre projection et que le public appréciera ?

Une autre façon de rendre une projection de vidéos divertissante consiste à l'incorporer dans le théâtre de rue. Faites venir un clown ou un acteur afin d'y associer les spectateurs. Filmez-les et rejouez la vidéo et les images « en direct » pour maintenir leur intérêt.

Étude de cas : organisation de projections du film *Operation Fine Girl: Rape Used as a Weapon of War in Sierra Leone* (« Opération jeune fille honorable : Le viol comme arme de guerre à la Sierra Leone »)

Lilibet Foster raconte comment Binta Mansaray et elle ont planifié leur stratégie de projection du film.

> Avec *Operation Fine Girl*, nous avons d'abord organisé une projection publique dans une ville devant un public diversifié constitué de gens de tous âges, d'anciens enfants-soldats des différentes factions et de femmes et de jeunes filles qui avaient été enlevées, afin de nous guider dans l'organisation des projections à travers le pays. Le film a été présenté par le chef tribal et tout le monde s'est vu encouragé à poser des questions ou à décrire sa réaction au film après la projection, devant le groupe. Nous en avons conclu qu'une projection en groupe devrait être suivie de projections séparées pour les différentes composantes de la communauté. Par exemple, organiser une projection à part pour les jeunes filles et une autre pour les enfants-soldats sans leurs aînés dans la salle favoriserait une meilleure discussion parmi eux, etc.

Évaluer

L'évaluation est une étape essentielle si vous prévoyez d'organiser d'autres manifestations et voulez optimiser l'impact de vos projections. Demandez-vous pourquoi les gens y ont assisté. Comment ont-ils réagi à la vidéo ? Vont-ils s'engager activement dans la campagne ? Qu'en ont pensé vos collègues ? Les efforts requis pour organiser la manifestation sont-ils à la mesure des résultats obtenus ? Avez-vous atteint vos buts ? Comment pouvez-vous faire mieux la prochaine fois ?

L'une des méthodes d'évaluation est le sondage traditionnel. Vous pouvez poser aux gens une brève liste de questions au moment où ils quittent les lieux. Ce peut être aussi simple que de demander : « Quelle note donneriez-vous à l'événement : bon, moyen, mauvais ? » Ou vous pouvez poser une question plus complexe telle que « Cet événement a-t-il changé votre opinion ou point de vue sur X ? Beaucoup, peu, négatif, pas du tout. » Soyez sensible au fait que les gens ne voudront peut-être pas s'exprimer si la projection porte sur un sujet délicat. Demandez-vous comment vous prévoyez d'évaluer la manifestation à plus long terme dans la mesure où certains auront besoin de quelques jours, semaines, voire mois pour apprécier l'incidence que la vidéo aura eu sur leur façon de considérer un sujet précis. N'oubliez pas non plus que le changement peut prendre différentes formes, allant d'une modification radicale de la politique à une prise de conscience accrue sur un sujet en passant par l'organisation d'initiatives au sein de votre public.

Si vous avez défini des objectifs clairs pour votre plaidoyer, il vous sera plus facile d'évaluer chaque étape.

Étude de cas : dix conseils clés pour l'organisation de projections communautaires

Joey Lozano, un défenseur des droits humains, vidéaste et formateur travaillant à Mindanao, aux Philippines, offre les conseils suivants :

1. Rendez visite aux responsables du village et aux leaders de la communauté quelques jours avant la projection pour leur expliquer la manifestation prévue et déterminer les conditions qu'il vous faudra satisfaire.
2. Sachez qui sont vos contacts sur place. Ont-ils de bonnes relations avec les représentants de la structure politique traditionnelle ? Si oui, vous pouvez compter sur une projection réussie. Si ce n'est pas le cas et que vous décidez néanmoins d'aller de l'avant, assurez-vous que la manifestation ne sera pas perturbée ou interrompue.
3. Définissez clairement les objectifs que vous voulez atteindre avec la projection, car c'est sur leur base que vous mesurerez la réussite ou l'échec de votre manifestation.

4. Vérifiez que les ressources locales satisfont vos besoins technologiques (par exemple, alimentation d'électricité, suffisamment de place pour contenir le nombre de participants prévus, etc.).
5. Garantissez une bonne participation en plaçant des affiches ou en diffusant des annonces sur des stations de radios locales populaires dans la région.
6. Suscitez l'intérêt de votre public en établissant un lien entre le film et quelque chose qui soit très pertinent pour eux (par exemple, vous pourriez mettre l'accent sur le fait que le film peut les aider à déterminer la meilleure façon de préserver leurs moyens de subsistance).
7. Apportez d'autres films susceptibles d'attirer le plus de monde (par exemple un film commercial populaire dont le thème s'inscrit dans le cadre du documentaire que vous voulez leur montrer).
8. Si besoin, organisez un programme de divertissement ou un concours de talents qui inclut ou associe les habitants locaux
9. Avant de commencer, remerciez les responsables et les leaders locaux et toute autre personne qui vous aura aidé à mettre sur pied la projection.
10. Élaborez un mécanisme de feed-back qui vous aidera à mesurer le succès ou l'échec de la projection.

Projections publiques itinérantes

> Les présentations en personne sont la façon la plus efficace d'avoir un impact à long terme. Le public fait votre connaissance, entend votre histoire et peut établir un lien entre la vidéo et quelque chose de concret. La vidéo acquiert de ce fait une certaine intimité et développe un rapport avec le public. Bien souvent, quelqu'un qui aura assisté à la projection achètera la cassette et la montrera à quelqu'un d'autre qui, à son tour, voudra en acheter un ou plusieurs exemplaires, et ainsi de suite. (Alexandra Halkin, Chiapas Media Project/Promedios, une initiative médiatique autochtone innovante).

Dans le cadre d'une projection publique ordinaire, le public vient vers vous pour voir la vidéo dans un endroit donné. Avec une projection publique itinérante, vous allez de village en village pour la montrer. Vous pouvez ainsi la projeter devant de nombreux publics de taille plus restreinte mais ciblés, notamment devant ceux qui n'ont pas accès en temps normal à la vidéo. Vous pouvez atteindre des publics à travers tout le pays, quand et où vous le souhaitez.

Comment organiser une projection publique itinérante : les camionnettes vidéo

Les camionnettes vidéo sont tout simplement des véhicules (voitures, camionnettes) qui contiennent le matériel vidéo, à savoir, un magnétoscope (VHS, VCD ou DVD), le matériel audio (amplificateur et enceintes) et des écrans de télévision. Certaines d'entre elles sont équipées d'un matériel de projection au lieu d'écrans de télévision. Quand vous vous rendez dans des régions reculées, les camionnettes peuvent aussi comprendre un groupe électrogène pour alimenter le matériel audiovisuel en électricité.

La camionnette vidéo vous donne une certaine souplesse quant au choix du moment et de l'endroit et vous permet d'exploiter rapidement une dynamique qui se met en

marche. Elle permet, par ailleurs, de toucher de nombreux publics de taille restreinte en succession rapide et sur une courte période de temps. Il s'agit donc d'un excellent outil pour une mobilisation de masse à court terme. En l'espace de deux semaines, par exemple, vous pouvez vous rendre dans plus de vingt communautés, réalisant deux projections par jour. Avec un public cible de 30 personnes par projection, cela représente près de 1 200 spectateurs différents ! Le mot clé ici est « différents ». Il est relativement facile de se constituer un petit groupe d'adeptes qui assisteront régulièrement à une projection de vidéo. Il est, en revanche, beaucoup plus difficile de trouver différents individus qui y soient disposés. Il vous faudra sans doute plus d'une année pour cibler un tel public si vous concentrez vos efforts sur une seule communauté.

Étude de cas : les camionnettes vidéo dans le monde

Brésil : Le Brésil a une longue tradition de la vidéo dans le cadre de l'éducation populaire. La Télévision des Travailleurs (Televisao dos Trabalhadores ou TVT) est l'un des groupes qui a eu recours aux camionnettes vidéo. Il a, en effet, lancé l'initiative « Camion TV » dans le cadre de laquelle un camion équipé d'écrans de projection de chaque côté venait se garer devant les usines de construction de voitures dans la banlieue de São Paulo tôt le matin, lorsque les ouvriers arrivaient au travail. Chaque semaine, TVT produisait une émission intitulée La Jornal sur les questions politiques et sociales du Brésil. Les organisateurs estiment qu'ils touchaient 3 000 à 4 000 ouvriers par semaine et que la nature collective du cadre dans lequel la vidéo était visionnée permettait de lancer un débat plus vaste.

Kenya : Le camp de réfugiés de Kakuma est situé dans le nord du pays. Il abrite plus de 85 000 personnes, notamment des réfugiés de Somalie et du Soudan. FilmAid International a travaillé avec les leaders communautaires locaux pour organiser un programme de projection de vidéos. Dans le cadre de ce projet, FilmAid a équipé un camion d'un écran géant sur le côté. Trois fois par semaine, le camion se rend dans onze points différents du camp. Le programme commence par des dessins animés pour les enfants, suivis d'une vidéo éducative et enfin, du film principal (soit un film de fiction, soit un documentaire). Le programme change tous les mois. En règle générale, 8 000 à 10 000 personnes le regardent chaque soir et une fois qu'il a fait le tour des 11 sites du camp, environ 100 000 personnes l'auront vu.

Travailler avec des organisations non gouvernementales locales et la communauté est la clé du succès. FilmAid a découvert qu'il est important de donner à la communauté le sentiment que l'initiative lui appartient. L'organisation forme donc des réfugiés et des gens du coin, qui dirigent le programme eux-mêmes. En outre, elle a mis en place un planning de « suivi » avec des discussions après les projections organisées pendant la journée par des membres de la communauté locale.

Microcinémas et projections à domicile

Une autre possibilité pour les projections communautaires consiste à organiser plusieurs projections simultanément chez des particuliers. Le pionnier de ce mouvement aux États-Unis est l'organisation MoveOn, <www.moveon.com>. MoveOn est parvenue à promouvoir une série de projections de vidéos à travers le pays en demandant à ses membres et sympathisants d'en être les hôtes. Ainsi, au moment de la sortie du film politique *Fahrenheit 911*, MoveOn a coordonné plus de 650 projections à domicile pour débattre du film. Les hôtes disposant d'une connexion Internet à haut débit pouvaient participer à un clavardage en direct avec le réalisateur, Michael Moore, et les participants ont appris les actions qu'ils pouvaient entreprendre sur les questions soulevées par le film. Bien que MoveOn ait utilisé un logiciel basé sur Internet pour aider les hôtes à planifier leurs projections et permettre aux gens de trouver celle qui était la plus proche de chez eux, il est aussi possible d'organiser ces événements par courriel ou même au moyen d'une liste circulaire des dates prévues. D'un point de vue pratique, un hôte accepte de coordonner l'aspect technique de la projection, les organisateurs de MoveOn fournissent un guide de projection et dans certains cas, un DVD, et les autres participants apportent de la nourriture ou des amuse-gueule et aident à ranger.

Une variante de cette option consiste à organiser la projection du film à l'échelon local dans des salles de vidéo, ce qui permet de toucher un public plus large. Human Rights Alert s'y est essayé avec succès dans l'État de Manipour, dans le nord-est de l'Inde, où elle a montré sa vidéo sur les violations des droits humains commis par les forces de sécurité indiennes dans des salles de vidéo locales (petites salles situées dans une communauté où sont projetés des films) plutôt que chez des particuliers.

Projections dans les festivals de films

> Bien souvent, la presse assistera aux festivals de films et de vidéos en quête d'un bon article. Nous avons parfois reçu notre meilleure couverture médiatique de contacts que nous avions noués dans le cadre de festivals de films et de vidéos (Alexandra Halkin, Chiapas Media Project/Promedios).

Le circuit du festival du film est l'une des façons traditionnelles de montrer votre vidéo à un public plus nombreux. La taille d'un festival peut aller de cinquante personnes visionnant trois ou quatre vidéos sur un écran de télévision dans un centre communautaire à une manifestation de trois semaines répartie sur soixante-dix endroits.

Envoyer votre vidéo à un festival existant

Avant de soumettre votre vidéo, demandez-vous : « Est-ce que ce festival touche mon public cible ? » Par exemple, un festival de films national peut exposer votre vidéo à des donateurs, aux mass-médias et à d'autres réalisateurs à l'échelle nationale qui pourront peut-être vous aider. Un festival de films autochtones peut attirer un public issu de la population autochtone locale, ainsi que d'autres individus qui travaillent avec ces communautés. Demandez-vous aussi si votre vidéo a vraiment une chance d'être acceptée : beaucoup de festivals sont très compétitifs et vous devez vous assurer que votre vidéo sera un candidat solide.

Chaque festival de films a des critères de soumission différents. Soyez certains de prendre connaissance de leurs règles avant d'envoyer votre cassette. Les critères courants sont :

- Une bonne qualité de son et d'image
- Un thème qui correspond au festival (droits humains, travail, etc.)
- Un récit engageant, articulé autour d'une histoire
- Type de réalisateurs (à savoir « producteurs connus », « réalisateurs débutants »)
- Potentiel pour que la vidéo soit choisie par des distributeurs de la télévision

N'envoyez pas la copie originale, car les organisateurs renvoient rarement les cassettes. Certains festivals exigent aussi le paiement de frais de soumission. N'envoyez votre vidéo à ce genre de festivals que si vous êtes sûrs que votre vidéo a une chance d'être retenue.

Avantages des festivals de films

- Développent un sentiment de communauté
- Créent un forum de discussion sur le métier de la vidéo
- Permettent de comparer les œuvres de divers réalisateurs et de voir le matériel produit sur les thèmes auxquels vous travaillez
- Donnent accès à un large public nouveau
- Établissent des contacts avec la presse, le grand public et d'autres réalisateurs
- Fournissent une couverture médiatique et des opportunités d'action et de plaidoyer

Une façon d'utiliser les festivals en tant que vecteur efficace pour le changement consiste à encourager le public à entreprendre une action après la projection, à l'instar de ce qui se fait au niveau communautaire. Le travail de la réalisatrice américaine Judith Helfand et de l'organisation Working Films (qui travaille en tant qu'intermédiaire entre les réalisateurs et les organisations à but non lucratif aux États-Unis) en est un bon exemple. Lors de la présentation de son film *Blue Vinyl* au Festival du Film de Sundance en 2002 sur les dangers du polychlorure de vinyle (PVC) et des revêtements extérieurs en vinyle, Judith a encouragé les spectateurs à écrire à leurs représentants au Congrès et aux fabricants de PVC. L'une des cibles principales était le fabricant de lingerie féminine Victoria's Secret. Judith a remis des cartes postales aux membres du public qu'ils pouvaient adresser à cette société pour lui faire part de leur inquiétude. En une semaine, plus de 1 500 cartes postales ont été envoyées et le propriétaire de Victoria's Secret a appelé la principale organisation menant campagne sur ce thème, Greenpeace, pour discuter des mesures qu'il pouvait prendre.

DUPLICATION—DISTRIBUTION DE CASSETTES ET DISQUES VIDÉO

L'une des façons les plus simples de distribuer un film ou une vidéo est d'en faire une copie (« contretype ») et de la donner à quelqu'un d'autre à regarder. Cette méthode peut

donner d'excellents résultats, notamment dans le cadre de campagnes très ciblées telles que la distribution directe au décideur, ou dans un contexte juridique, que nous examinerons tous deux plus en détail ci-dessous.

Un catalogue imprimé, un point de vente, un site web ou d'autres techniques de marketing permettent de transformer cette formule en une distribution à grande échelle. Du point de vue du plaidoyer, l'utilisation des réseaux d'alliés s'avère aussi un moyen très efficace. Un exemple sophistiqué d'auto-distribution est la compilation semestrielle d'Undercurrents que nous avons réalisée et distribuée à nos abonnés à travers le monde dans les années 90. Ces cassettes de 90 minutes étaient composées de dix à quinze films de différents réalisateurs et reproduits sur cassette VHS avec des graphismes saisissants en couverture. Cette méthode a été imitée dans le monde entier, du Brésil à l'Australie en passant par la Corée du Sud, et reproduite par des sites de compilation de vidéos tels que OneWorld TV.

Une fois que vous atteignez ce stade, vous pourrez peut-être aussi utiliser une société de gestion des commandes, qui exécutera les commandes de vidéos pour vous et enverra les cassettes sans que vous ayez besoin de vous soucier de chaque détail.

La distribution de vidéos en utilisant les réseaux et les alliances

> Même si vous avez un distributeur, il est extrêmement important pour vous de faire preuve d'initiative afin que le travail soit accompli. L'établissement de relations personnelles avec des individus et organisations qui ont des membres ou campagnes clés est essentiel pour que le réseau puisse s'élargir. (Alex Halkin, Chiapas Media Project)

Qu'est-ce que le travail en réseau ? Le travail en réseau consiste à utiliser au maximum vos relations - les gens et les organisations que vous connaissez - pour atteindre vos objectifs de plaidoyer par vidéo. Ce travail, qui vise à obtenir le soutien des autres pour la distribution de votre vidéo, vous permettra non seulement de toucher plus de monde en moins de temps et à moindres frais, *mais aussi* d'associer une section plus large de la communauté à votre projet. La clé du succès est de commencer avant la production afin de pouvoir cultiver l'enthousiasme et le soutien pour votre projet à un stade précoce. Ce faisant, vous augmenterez les chances que votre réseau vous soutiendra sur le plan financier et celui de l'organisation lors de la phase de distribution.

Pour la plupart des vidéos sur la justice sociale, savoir utiliser le réseau à bon escient sera la clé d'une distribution réussie et surtout, de l'impact que votre vidéo aura.

Un moyen d'atteindre un public très nombreux par le biais de cette méthode consiste à la combiner avec des projections destinées aux membres d'organisations diverses, aux communautés et au grand public. Par exemple, si vous distribuez 1 000 exemplaires à 1 000 organisations et chacune la montre à 100 personnes, vous toucherez 100 000 personnes. C'est ce qu'on appelle la distribution en pyramide.

L'un des exemples de distribution pyramidale les plus réussies est celui du groupe de plaidoyer par vidéo Video SEWA, en Inde, qui a produit une cassette, *My Self, My Work*, sur le recensement national, laquelle avait été distribuée aux communautés de la région pour être visionnée à l'échelon local sur des écrans de télévision et des magnétoscopes. SEWA a atteint un public impressionnant de plus de 500 000 personnes par le biais de réseaux et de coalitions et en s'appuyant sur les activités de sensibilisation existantes.

Cash flow : attention !

Il est facile de commander des centaines de copies d'un film et ensuite, de ne pas pouvoir les vendre et par conséquent, de ne pas pouvoir couvrir vos frais. C'est là un véritable problème de la distribution par duplication, qui doit être pris au sérieux par quiconque intéressé par cette méthode.

Le cash flow présente un défi pour la distribution de vidéocassettes ou de DVD. Alors que dans le cadre de projections communautaires, vous pouvez vendre des billets ou solliciter des dons pour recueillir des fonds, lorsqu'il s'agit de la distribution de cassettes ou DVD, à moins que vous n'ayez une subvention pour la distribution, vous devrez payer toutes les cassettes et ne pourrez encaisser les revenus qu'au fur et à mesure de leur vente. Cela peut être un lourd fardeau pour une petite organisation aux moyens limités. Pour éviter ce problème, vous pouvez dresser une liste d'acheteurs, organiser la commande préalable de cassettes et recueillir les fonds *avant* de faire les copies. Une autre option consiste à ne faire qu'un nombre limité de copies qui soit suffisant pour vous couvrir pendant une courte période. Cette formule sera plus onéreuse à long terme, parce que les coûts de duplication par cassette ou DVD décroissent au fur et à mesure que le nombre de copies augmente, mais elle vous épargnera des maux de tête financiers à court terme. Quelle que soit la solution que vous choisissez, avant de vous lancer sur le chemin de la distribution de cassettes VHS ou de DVD, vous devez soigneusement réfléchir à ces questions financières.

Vous pouvez aussi appliquer des prix différents selon le public. Certaines sociétés de distribution facturent davantage les universités et les acheteurs universitaires que les organisations non gouvernementales. Renseignez-vous sur les pratiques et l'échelle de prix standard dans votre pays ou région et facturez en conséquence.

Points de vente

En règle générale, seules les vidéos documentaires d'activistes qui remportent un grand succès commercial seront distribuées en magasin – normalement après leur sortie en salles. Le film *Fahrenheit 9/11* de Michael Moore, devenu le documentaire qui a produit les plus gros bénéfices de tous les temps, est distribué dans les magasins grand public.

Mais l'énorme majorité des vidéos de plaidoyer ne rencontrent jamais ce genre de succès. Il existe toutefois des opportunités de distribution en magasin : si un documentaire devient « important » pour une communauté locale, il sera peut-être possible de convaincre les détaillants locaux d'en vendre la vidéocassette « en raison de la grande demande populaire ». Dans le passé, des campagnes ont été organisées spécifiquement pour persuader les propriétaires de tels points de vente de distribuer ces vidéos jugées importantes.

De même, il existe des opportunités de distribuer des vidéos par l'intermédiaire d'autres points de vente, telles que les conférences, les foires ou les rassemblements.

Distributeurs

Une façon traditionnelle de distribuer une vidéo est de le faire par le biais d'un distributeur, qui est une organisation, une personne ou une société réputée et dotée de la

capacité à distribuer des vidéos auprès des médias radiotélévisés, en salles ou dans des points de vente.

De nombreux producteurs utilisent des distributeurs pour les aider dans la distribution à l'étranger. Certains de ces distributeurs à but non lucratif et à vocation activiste (comme Undercurrents) ont aidé de nombreux producteurs à faire distribuer leur cassette vidéo sur les chaînes d'informations internationales telles que CNN, MSNBC, Sky News et la BBC. Voyez l'exemple de Ken Saro Wiwa qui a filmé des images effroyables du massacre de la tribu Ogoni, dans la région du delta du Niger au Nigeria. Ces images ont été relayées à Undercurrents qui a pu les faire diffuser sur les chaînes d'informations autour du monde. D'autres distributeurs se spécialisent dans les films sur la justice sociale, mais espèrent toutefois pouvoir trouver un débouché commercial. D'autres encore mettent l'accent sur le marché de l'enseignement, comme les lycées et les universités. Si vous cherchez à mobiliser les étudiants, ces distributeurs peuvent être une source précieuse pour garantir que votre vidéo soit classée dans les collections de la bibliothèque universitaire et soit utilisée par les enseignants.

De l'autre côté, vous trouvez les distributeurs à but lucratif. Ils fournissent d'ordinaire un service moyennant paiement d'un pourcentage des royalties générées par la vente des cassettes (voir le chapitre Ressources pour en savoir plus).

10 conseils sur la distribution par duplication

1. *Organisez une campagne de promotion avant de faire des copies.*
2. *Prenez les commandes d'avance.*
3. *Trouvez un centre de duplication capable de faire rapidement des copies de bonne qualité.*
4. *Plus vous ferez de copies, plus vos coûts de duplication seront bas : engager ces dépenses peut s'avérer plus rentable à long terme si vous pensez pouvoir prédire le volume des ventes ou les quantités distribuées.*
5. *Ne faites que le nombre de copies que vous pensez pouvoir distribuer.*
6. *Vérifiez la qualité de l'image et du son de la cassette ou DVD avant de les remettre à quelqu'un.*
7. *Si possible, concevez une couverture attrayante pour la boîte de la vidéo.*
8. *Incluez les informations pour les commandes et vos coordonnées sur la couverture.*
9. *Joignez à la vidéo une documentation écrite sur le sujet, telle qu'un appel à l'action au moyen d'un modèle de lettre aux autorités compétentes et un guide de projection.*
10. *Si vous avez reçu un financement pour la production, retournez vers vos donateurs pour solliciter des fonds pour votre stratégie de distribution. Ils peuvent être aussi intéressés que vous à garantir que la vidéo ait le plus grand impact possible !*

DISTRIBUTION CIBLÉE DIRECTEMENT SUR LE DÉCIDEUR

Distribution directe au décideur

L'une des formes de distribution de vidéos les plus fructueuses ces dernières années est la méthode qui consiste à la remettre directement au décideur (« D2D »). Cette section

examine les façons d’apporter votre vidéo directement aux personnes ou au groupe que vous avez besoin d’influencer.

Selon la personnalité du décideur, le climat politique, la nature du sujet et les contraintes auxquelles il fait face, il sera réceptif ou hostile à vos demandes.

Par conséquent, renseignez-vous d’abord pour savoir si vous devez utiliser la méthode de la carotte ou du bâton.

Selon l’approche de la « carotte », vous choisirez de traiter le décideur comme un allié potentiel et lui démontrerez pourquoi il est dans son intérêt d’accepter vos suggestions. La coopération dans ce cas sera sans doute mutuellement bénéfique.

Avec la méthode du « bâton », il vous faudra utiliser la pression économique, politique ou publique pour amener un décider à se plier à vos demandes, autrement dit annoncer simultanément vos exigences au public et dans les médias.

Voici une liste de quelques méthodes de distribution D2D :

- *Remise en mains propres* : L’activiste remet littéralement une copie de la vidéo entre les mains du décideur. Il peut aussi être efficace de recruter les services d’un intermédiaire respecté et de confiance afin de vous aider à organiser la projection ou transmettre la cassette pour des raisons de sécurité, de crédibilité, de publicité et d’influence. L’avantage de cette méthode est sa simplicité. Il n’y a besoin ni d’arranger une rencontre, ni d’accord officiel. L’inconvénient, c’est l’absence d’une réunion officielle dans le cadre de laquelle vous pouvez discuter du contenu de la vidéo ou trouver une solution au problème. Pire encore, le décideur peut jeter la cassette à la poubelle après le départ du messager.
- *Projection privée* : Le vidéoactiviste organise une projection privée de la vidéo de la campagne pour le décideur. Ce peut être la seule façon de montrer la vidéo à cette personne. Cette méthode a l’avantage de la confidentialité et de la confiance. Elle est aussi plus douce que la méthode de la projection publique décrite ci-dessous. Par exemple, le Comité de Emergencia Garífuna de Honduras, à Trujillo au Honduras, a réalisé une vidéo montrant les membres de la communauté qui parlent de développement économique et de discrimination et qu’on voit à la caméra demander des actions concrètes lors de réunions avec des preneurs de décision. Le Comité a ensuite remis cette vidéo directement à des hauts responsables dans la capitale et ont demandé qu’ils prennent des mesures. Grâce à cela et d’autres stratégies vidéo, le gouvernement commence enfin à répondre à leurs exigences. Cette méthode a toutefois pour inconvénient que les décideurs peuvent vous faire une promesse en privé qu’ils retireront par la suite. La parade de la tribu brésilienne Kayapo à cette manœuvre consiste à enregistrer sur vidéo toutes les réunions afin d’avoir une trace de ce qui a été convenu.
- *Projection publique en présence du décideur* : La vidéo est projetée en présence du décideur devant un public, souvent constitué de personnes concernées par le sujet. L’avantage de cette méthode, c’est que le public se souviendra de la réaction des décideurs et les tiendra responsables de leurs propos et de leurs actions. Par exemple, CEOSS en Égypte a produit une vidéo sur un canal pollué qui était devenu une menace à la santé publique. Présentant en introduction des images de voies d’eau insalubres, la cassette comporte des interviews de divers membres de la communauté qui parlent tous du problème. La version finale a été

montrée à 200 villageois devant des responsables clés. Résultat : le comblement du canal est devenu une priorité pour les leaders et les élus locaux.
Autre avantage, les journalistes présents à la projection peuvent enregistrer la manifestation et utiliser des sections de la vidéo de plaidoyer dans leur couverture de l'événement. L'inconvénient, c'est que de nombreux politiciens refuseront d'y participer, s'ils n'ont pas vu la cassette à l'avance ou s'ils ne sont pas d'accord avec son contenu.

- *Lettre vidéo* : Une « lettre » est envoyée au décideur par le groupe travaillant sur une campagne ou la communauté locale touchée par un problème particulier. La « lettre » contient des images du problème, des témoignages de « victimes » ou de « activistes » et la description de ce qu'ils veulent voir changer. Amazon Watch, un groupe de plaidoyer basé aux États-Unis qui travaille sur les questions touchant le bassin de l'Amazone, a obtenu d'excellents résultats grâce à cette méthode. Par ailleurs, la lettre fait, en règle générale, l'objet d'une annonce dans les médias afin de garantir que le décideur reçoive bien la vidéo.

L'abord direct d'un décideur est souvent combiné avec d'autres formes de distribution. Comme l'illustre le tableau 7.2, la méthode D2D est le chemin le plus court pour parvenir à un décideur. Cela dit, l'organisation de projections et le travail en réseau peuvent reposer sur une stratégie visant à inciter le public à prendre contact avec le décideur, créant de ce fait une lame de fond qui vient compléter l'abord direct. Les projections peuvent aussi amener la communauté à s'engager dans le projet ou la campagne, qui devient ainsi plus durable. Enfin, les mass-médias et Internet, s'ils ne présentent aucune garantie d'atteindre le décideur en raison de la nature de leur mode de diffusion, peuvent susciter un contexte politique qui accentue la pression sur ce dernier. L'idéal serait de penser à utiliser une stratégie intégrée et de « jalonner » à bon escient les différentes méthodes.

Tableau 7.2 Quel est le chemin le plus court pour atteindre un décideur ?

D2D (distribution directe au décideur)	*Projections*	*Médias*	*Duplication et distribution de cassettes*	Internet
Groupe ↓	Groupe ↓	Groupe ↓	Groupe ↓	*Groupe* ↓
Décideur	Communauté ↓	Médias ↙↓↘	Réseau ↓	*Internet* ↙↓↘
	Décideur	Public ↓	Décideur	*Public* ↓
		Décideur		*Décideur*

La distribution D2D est appropriée pour :

- Les gouvernements et les élus
- Les sociétés et leurs actionnaires
- Les éminences grises et les leaders d'opinion

- Les leaders communautaires
- Les commissions de droits de l’homme
- Les institutions intergouvernementales et multilatérales telles que la Banque Mondiale et les Nations Unies
- Les organisations non gouvernementales et les organisations de la société civile, nationales et internationales

10 conseils pour la distribution directe au décideur

1. *Faites des recherches approfondies sur le sujet.*
2. *Identifiez les décideurs clés.*
3. *Identifiez les intermédiaires qui peuvent vous aider à accéder à ces décideurs.*
4. *Faites une vidéo courte – les décideurs n’ont en général pas beaucoup de temps - et essayez de faire en sorte qu’ils la regardent avec vous.*
5. *Vérifiez la qualité de la vidéo avant de partir.*
6. *Avant la projection, positionnez la vidéo à l’endroit où vous voulez qu’elle commence.*
7. *Vérifiez tout votre matériel avant la projection.*
8. *Prévoyez une documentation de suivi, telle que recommandations pour le changement, conseils pour le briefing sur les mesures politiques et coordonnées.*
9. *Laissez un exemplaire de la vidéo chez le décideur.*
10. *Si c’est approprié, invitez les médias à assister à la projection ou à la remise en mains propres et transformez la projection en « événement ».*

La vidéo en tant qu’élément de preuve

La vidéo peut aussi jouer un rôle puissant dans le processus juridique. À travers le monde, la vidéo est utilisée en tant que preuve pour aider à promouvoir la justice sociale et écologique. Du point de vue de la distribution, la vidéo en tant qu’élément de preuve peut conduire à une plus grande couverture par les médias, les décideurs clés et le public, parce qu’elle est associée à une procédure juridique très en vue ou d’une importance significative. Pour de plus amples renseignements sur l’utilisation de la vidéo dans une procédure juridique, voir le chapitre 6.

Étude de cas : projections communautaires, distribution en réseau et D2D avec le film *Operation Fine Girl: Rape Used as a Weapon of War in Sierra Leone*

La vidéo *Operation Fine Girl* est sortie en janvier 2002. Celle-ci examine l’emploi du viol et de la violence sexuelle pendant la décennie de guerre civile à la Sierra Leone et comprend des témoignages forts de survivantes, d’acteurs politiques clés, d’experts de droits humains et de gens associés aux efforts de réhabilitation et de soutien. Les objectifs sous-jacents du plaidoyer étaient de faire en sorte que les crimes sexospécifiques soient pris en compte dans le processus de justice transitionnelle, et que les communautés aient l’occasion de commencer à parler de ce qui leur était arrivé. Les personnes qui se sont exprimées dans le film l’ont fait dans l’espoir que leurs propos changeraient quelque

chose. Quand on leur a demandé ce à quoi ils voulaient que le film serve, deux des personnes représentées ont répondu en utilisant une variante de la phrase « *pour que les gens voient* ». Ce qui est implicite dans cette réponse est l'idée que les gens se feront leur propre opinion. Comme l'a dit Fatama, l'une des jeunes femmes :

> Je voudrais que vous montriez la cassette aux spectateurs internationaux afin qu'ils voient ce qui s'est réellement passé à la Sierra Leone. La plupart d'entre eux en ont seulement entendu parler ; ceci leur montrera que nous avons vraiment souffert – mais que malgré cela, nous sommes fortes et que si l'on nous en donne l'occasion, nous ferons des choses meilleures dans notre vie.

Osman, l'un des enfants-soldats présentés dans le film, espère que le fait de raconter son histoire permettra de comprendre et à terme, de lui pardonner ses actions : « Je veux que vous montriez la cassette à la télévision pour que les gens voient que même si nous avons fait quelque chose de mal, nous avons du remords. »

Après une première diffusion sur une chaîne par câble aux États-Unis (WITNESS a obtenu des fonds d'Oxygen Television pour produire l'émission), *Operation Fine Girl* est sorti à la Sierra Leone en janvier 2002 dans le cadre d'une projection à un public de plus de 160 représentants d'ONG et de membres du gouvernement, présentée par le procureur général du pays. La nouvelle du film s'est rapidement répandue dans la capitale, Freetown, après la diffusion de plusieurs annonces du film à la radio.

Plus de 100 copies ont été distribuées à des ONG nationales et quelques ONG internationales en 2002 et 2003 et tous les groupes se sont vus encouragés à utiliser la vidéo comme un outil supplémentaire de plaidoyer. Binta Mansaray, la productrice adjointe du film et la coordinatrice locale des actions de sensibilisation, a conseillé les organisations sur le moment, le lieu et la façon d'utiliser la cassette afin d'obtenir le meilleur impact, attirer l'attention sur les questions soulevées par le documentaire et faire campagne pour la mise en œuvre de mesures et de programmes qui répondent aux besoins particuliers des victimes et des survivants. Elle a organisé et dirigé de nombreuses projections, souvent dans un cadre communautaire ouvert devant un public nombreux et en utilisant parfois dans les régions reculées ou rurales, un groupe électrogène et un écran de télévision. Ses co-hôtes, représentant un large éventail d'organisations, comprenaient des groupes de femmes et les enquêteurs de la nouvelle Commission sierra-léonaise Vérité et Réconciliation (TRC), des écoles et des églises, des cliniques et des organismes des Nations Unies.

Operation Fine Girl a permis de rendre les communautés conscientes du fait que les femmes et les jeunes filles n'avaient pas quitté leur famille de leur plein gré pour rejoindre les factions en guerre, mais qu'elles avaient au contraire été enlevées et réduites à l'esclavage sexuel. En outre, le fait de voir ce qui était arrivé à des gens qui leur ressemblaient a incité les spectateurs à commencer à raconter leurs propres expériences. Enfin, les projections communautaires ont également amené les anciens combattants et d'autres à venir donner leur propre témoignage sur les événements pendant la guerre.

Des publics composés de 500 à 600 personnes ont participé à des projections de grande envergure dans des communautés à travers tout la Sierra Leone. Les réactions allaient du choc aux larmes de soulagement en passant par les rares commentaires que ces événements faisaient partie du passé et qu'on ne devait plus en parler. Mais à une très

grande majorité, les spectateurs ont déclaré que ce film devrait être vu par le plus grand nombre de personnes possible.

Binta Mansaray s'est aussi adressée à des membres clés du personnel travaillant dans le processus de justice transitionnelle – les enquêteurs sur les crimes sexospécifiques et les violations des droits de l'enfant – pour lesquels elle a coordonné des projections afin de les sensibiliser à la situation et de leur fournir un outil de formation pour d'autres.

Operation Fine Girl a aussi été utilisé pour sensibiliser les chefs traditionnels qui sont chargés de l'application des lois coutumières en matière de questions sexospécifiques. Changer les attitudes des chefs locaux est d'une importance cruciale, car les lois coutumières encouragent les stigmates sociaux et ostracisent les femmes qui sont violées ou subissent une violence sexuelle de quelque nature que ce soit. En 2002, par exemple, le National Forum for Human Rights a projeté la vidéo à 33 chefs traditionnels à Kenema Town dans le cadre de sa campagne de sensibilisation pour la Commission Vérité et Réconciliation. Les chefs ont été bouleversés par les témoignages et ont dit qu'il leur était douloureux de voir ce que ces femmes avaient subi. Certains d'entre eux ont demandé des exemplaires supplémentaires pour les montrer aux membres de leur communauté.

Les ONG internationales et les institutions multinationales sont des alliés clés et une source importante de financement pour les efforts déployés à la Sierra Leone. C'est pourquoi la vidéo a été envoyée aux partenaires internationaux au Royaume-Uni, au Canada, aux États-Unis et en Afrique du Sud en tant que source importante d'informations, afin qu'ils puissent se faire une idée claire de ce que les femmes et les enfants avaient subi pendant la guerre. A l'échelle internationale, le film a été projeté non seulement dans des festivals de films et des conférences internationales, mais aussi par les principaux médias internationaux, tel que *The Oprah Winfrey Show* qui a présenté un programme d'une heure sur la violence sexuelle exercée contre les jeunes filles en Afrique. Celui-ci comprenait des séquences de *Operation Fine Girl* et des interviews des invitées vedettes Naomi Wolf et Christiana Thorpe de FAWE, l'une des principales organisations de défense des droits de la femme à la Sierra Leone qui était représentée dans le film.

La vidéo *Operation Fine Girl* était efficace parce que les interviewés – des victimes de tous les jours de la guerre civile - avaient décidé de dire ouvertement la vérité sur leur expérience, une expérience semblable à celle de milliers d'autres à travers la Sierra Leone et pourtant, une expérience collective rarement discutée. Durant les projections communautaires, les membres du public ont pu établir un rapport avec leur propre expérience et commencer à parler de la façon de combattre la violence sexuelle en tant qu'individu et en tant que société, ce qui n'aurait pas été possible s'ils avaient connu personnellement ceux qui étaient montrés dans le film.

Une autre raison de l'efficacité du film tient au fait qu'il reflète le processus plus général de la recherche de la vérité. Les spectateurs voient et apprennent les noms des femmes ; ils voient et entendent aussi les rebelles et les responsables de l'armée confrontés à propos de la violence commise par les combattants. L'inclusion des deux perspectives – victime et auteur des violences – renforce la crédibilité du film et illustre en même temps un processus qui permet de faire la lumière sur les événements de la guerre, assigner les responsabilités et empêcher que des événements semblables ne se reproduisent.

Nombre de femmes – et d'hommes – ont décidé de raconter leur histoire après avoir vu *Operation Fine Girl.* La Commission sierra-léonaise Vérité et Réconciliation a ainsi organisé, à la grande satisfaction des groupes de défense des droits humains, trois jours d'audience consacrés à l'impact de la guerre sur les femmes et les jeunes filles, comprenant des témoignages d'individus, de groupes de femmes, d'ONG et d'observateurs internationaux des droits de l'homme. Trois jours d'audience supplémentaires ont été dédiés aux enfants et aux jeunes.

DISTRIBUTION PAR DIFFUSION RADIOTÉLÉVISÉE

> Une stratégie de distribution pour votre film ou votre vidéo est essentielle. Bien que vous veniez de terminer votre film, vous n'avez fait que la moitié du travail, et encore. Vous devez maintenant trouver les meilleurs moyens de distribuer votre film au public le plus large possible. N'est-ce pas là votre but ? Votre film ne servira pas à grand-chose s'il reste sur une étagère. Préparez-vous donc à un assaut de distribution tous azimuts. (Paul Shore, Guerrilla News Network, un site de vidéo et de média activiste en ligne)

Utiliser les médias radiotélévisés

Ce chapitre s'est jusqu'à présent concentré sur les méthodes de distribution des documentaires sur la justice sociale non radiotélévisés. Cette section examine la distribution télédiffusée et complète l'information présentée dans le chapitre 1.

Documentaires télévisés

La soumission de documentaires de long métrage à des chaînes de télévision est, depuis plus d'un demi-siècle, une méthode de distribution traditionnelle pour les réalisateurs à vocation sociale. Depuis lors, celle-ci compte à son actif quelques belles réussites. Des ministères ont été mis sur pied sur la base du concept d'enseignement de masse par les documentaires radiotélévisés. En outre, dans certains pays, les documentaristes sont payés pour les droits de distribution de leur travail, ce qui est évidemment d'une grande aide dans le cadre de la levée de fonds pour le prochain projet de vidéo.

De nombreux vidéoactivistes considèrent une éventuelle diffusion télévisée – que ce soit de leur vidéo complète ou d'images qu'ils ont tournées - comme le but ultime de la production de vidéo. Cela dit, ce n'est peut-être pas le but le plus pragmatique ni peut-être même le forum où votre vidéo aura le plus grand impact.

Les médias radiotélévisés populaires ont des avantages évidents – ils comptent sur un public nombreux qui leur est dévoué et une simple diffusion peut atteindre des millions de spectateurs d'un coup. Une fois que les frais de production ont été couverts, le vidéoactiviste n'encourra que peu de dépenses pour la distribution (bien qu'il puisse être prudent d'investir dans des actions de sensibilisation du public autour de la diffusion). Autrement dit, ce peut être un moyen extrêmement efficace de disséminer votre message. Ces médias sont également utiles pour faire connaître votre organisation et votre thème et pour changer le climat d'un débat politique, car les décideurs se réfèrent souvent à la couverture médiatique pour mesurer le standing d'une organisation et évaluer les questions qui comptent pour le public.

Mais en pratique, les médias radiotélévisés ne distribuent que peu de vidéos réalisées expressément en vue de provoquer le changement social. La raison en est que les stations de télévision (et de radio) :

- Ont des temps d'antenne limités
- Créent leurs propres émissions sur certains sujets
- Craignent d'aliéner leurs spectateurs ou leurs sponsors, publics ou privés, en consacrant un temps d'antenne à des sujets controversés ou critiques
- Limitent les vidéos considérées comme ayant un objectif secret
- Rejettent la vidéo d'un activiste parce que la qualité de sa production ne satisfait pas aux critères de la station ou aux formats standards
- Pensent que leurs spectateurs ne s'intéressent pas à ces questions

À cet égard, les recherches prouvent que dans de nombreux marchés autour du monde, le nombre de documentaires sur des questions sociales à la télévision a diminué et ce, même dans les endroits où la télévision publique a pour mandat de couvrir des questions de nature sociale. En outre, la plupart des documentaires à la télévision en Europe et aux États-Unis sont des émissions commanditées plutôt que des acquisitions. Il est rare, en effet, qu'un rédacteur de télévision accepte la vidéo d'un réalisateur local, surtout s'il n'a jamais travaillé avec lui auparavant.

Par chance, comme nous l'avons vu dans ce chapitre, les diffusions à la télévision et à la radio ne sont pas la seule façon de disséminer votre message. Les méthodes de distribution non radiotélévisées peuvent être plus indiquées et plus stratégiques pour amener le changement. Elles ont, par exemple, l'avantage de vous permettre d'apporter votre vidéo directement à votre public cible, supprimant par là même le contrôle rédactionnel d'un autre groupe ou d'une autre organisation.

Si vous décidez d'essayer de produire un documentaire pour la télévision, vous devez faire des recherches exhaustives sur les critères de la chaîne concernant la soumission de documentaires, évaluer les frais impliqués par le produit qu'il vous faudra livrer et envisager de travailler avec un professionnel qui a de l'expérience dans la négociation avec les chaînes de télévision. Sachez aussi que celles-ci définissent d'ordinaire la longueur et le format standard de leurs différentes émissions : c'est pourquoi il est important de contacter préalablement la chaîne que vous avez choisie pour vérifier leurs critères. Les indications suivantes vous donneront toutefois un point de départ :

- Les annonces d'intérêt public sont des spots sur un sujet particulier et sont de même longueur que les spots publicitaires, généralement de 15 à 30 secondes. Il est parfois possible de faire une version de 45 secondes, voire même d'une minute.
- Un documentaire télévisé d'une demi-heure dure 24 minutes, ce qui permet à la chaîne d'inclure au moins deux plages publicitaires.
- Les documentaires « d'une heure » durent de 39 à 52 minutes, selon le nombre de minutes prévues pour les publicités et l'heure à laquelle la chaîne présente ses informations.

Fournir des images aux informations télévisées

Bien qu'il soit très difficile de faire diffuser à la télévision des documentaires complets, il est possible dans certaines circonstances de faire passer vos images aux actualités. La clé pour travailler avec les mass-médias, ce sont les contacts. La meilleure approche consiste à développer de bonnes relations avec les gens qui travaillent dans les mass-médias *avant* de chercher à diffuser vos séquences vidéo. Pour ce faire, vous pouvez les inviter à des manifestations, vous présenter à eux lors de rencontres communautaires et leur envoyer des dossiers d'orientation et des communiqués de presse.

Comment savoir quels journalistes contacter ? La meilleure façon, c'est de regarder la télévision, de lire les journaux et d'écouter la radio. Repérez les journalistes qui couvrent votre domaine et décidez si leur approche est généralement favorable à votre façon de penser. Commencez à établir une liste de contacts. Ainsi, vous aurez à portée de la main leurs noms et numéros de téléphone quand vous en aurez besoin. Contactez aussi des réseaux et des alliés de confiance qui ont peut-être déjà mis en place ce genre de base de données et avec qui vous pouvez échanger ces renseignements.

Les informations télévisées peuvent jouer un rôle primordial dans votre travail qui utilise la vidéo pour le changement. Dans la plupart des pays, celles-ci constituent la première ou la deuxième source d'informations du public. Une diffusion aux nouvelles peut conférer au traitement d'un sujet un cachet « d'objectivité » qui peut être difficile à obtenir pour des groupes d'activistes, nonobstant la véracité de leur travail. La plupart des chaînes d'informations ont soif d'images vidéo chocs pour accompagner leurs reportages. Et une fois qu'une chaîne passe des images fortes, il est probable que les autres lui emboîteront le pas. Cela dit, une analyse approfondie d'un sujet portant sur les droits humains ou une communauté ne les intéressera sans doute pas, si elle est dépourvue de l'élément choc.

À travers le monde, les défenseurs des droits humains et de la justice sociale ont découvert qu'ils peuvent fournir des séquences brutes aux informations télévisées. À l'inverse des rédacteurs qui commanditent des documentaires, les rédacteurs aux informations sont souvent plus enclins à accepter les séquences vidéo d'activistes. La raison en est que (a) ils ont le contrôle de la rédaction du contenu, (b) ils ont un besoin quotidien d'images et (c) les critères d'acceptation sont parfois moins stricts que pour les documentaires.

Par exemple, la police brésilienne a été filmée sur vidéo pendant qu'elle attaquait, frappait et tirait sur 15 citoyens respectueux de la loi dans un bidonville de São Paulo. La vidéo de 90 minutes tournée par un caméraman indépendant a été envoyée à la chaîne de télévision nationale, Rede Globo. Les images diffusées montrent clairement un officier frappant l'un des hommes 39 fois en huit minutes. La vidéo a eu pour résultat la mise en accusation de dix des policiers.

Prenez aussi l'exemple des séquences filmées par l'Association révolutionnaire des femmes d'Afghanistan (RAWA), en Afghanistan. RAWA a utilisé des caméras cachées pour documenter l'exécution de femmes dans le stade de football de Kaboul. Les images ont été sorties secrètement du pays et diffusées par les chaînes d'information à travers le monde. Il s'agissait, bien évidemment, d'une opération extrêmement risquée et un tel mode de création et de distribution d'une vidéo de plaidoyer ne doit être adopté qu'après

avoir soupesé tous les risques potentiels pour la sécurité des vidéastes, des personnes filmées et de ceux qui transportent les cassettes. Relisez le chapitre 2 pour de plus amples informations.

*Communiqué vidéo (*Video News Release - *VNR)*

> Le VNR est un communiqué de presse sous forme de vidéo. Il dit donc qui, quoi, où, quand et pourquoi - très succinctement. Ce n'est pas un documentaire ni une révélation de faits ni un rapport. Il est conçu dans le but de faciliter la couverture de votre sujet favorablement par les reporters ou du moins, d'assurer la couverture de votre message. (Atossa Soltani, Directrice exécutive et publiciste *de facto* d'Amazon Watch)

Les groupes de plaidoyer qui travaillent avec les chaînes de télévision leur fournissent fréquemment des VNR : il s'agit de courtes compilations d'images et de témoignages d'experts sur un sujet particulier que les médias grand public seront, à leur avis, prêts à couvrir. Ils sont composés, en général, de trois à cinq minutes de rouleau B (séquences vidéo supplémentaires se rattachant au sujet qui peuvent être intégrées au montage) et de courtes interviews percutantes (extraits de dix à trente secondes) d'experts ou de porte-parole éloquents. Ces interviews doivent être présentées avec des cartons-titres séparés comprenant le nom complet et la fonction de l'interviewé. Sachez que les chaînes d'informations ne veulent pas que les titres soient superposés sur l'image, car elles ont leurs propres règles de style. Il en va de même pour le rouleau B ; par conséquent, les cartons-titres viennent d'abord, suivis de l'interview ou de l'image.



Figure 7.2 Instantané d'un enfant soldat dans la République Démocratique du Congo tiré de la vidéo *Un Devoir de Protection*, distribuée dans le monde entier sur Internet (AJEDI-Ka/PES/WITNESS)

Rappelez-vous qu'il faut du temps pour produire et monter même un VNR et vous ne devriez engager les dépenses que si vous avez la preuve ou si vous êtes sûrs de l'intérêt

des médias pour votre matériel. Les VNR sont efficaces surtout lorsqu'ils sortent à un moment clé, c'est-à-dire, lorsqu'il y a :

- Une décision ou un vote prévu sur un sujet
- Une campagne (campagne de boycott ou d'éducation des consommateurs, etc.)
- Une manifestation annoncée (par ex., « Venez à la Journée de la Terre »)
- La révélation de faits (par ex. un massacre en Colombie et le rôle d'une société pétrolière américaine)
- Une prise de position sur une décision en cours par les législateurs (par ex., « Pourquoi ne faut-il pas forer dans l'Arctique »)
- Le lancement d'un nouveau rapport, d'un nouveau projet, d'un nouveau parc, établissement, vaccin, campagne publicitaire, etc.

Le message est la composante la plus importante d'un VNR. Après l'avoir vu, vous devez pouvoir en retirer un message central tel que : « Ah, je comprends : le groupe ne veut pas que nos impôts aillent financer la destruction de cette tribu ou de cet endroit » ou « L'augmentation de l'aide militaire à la Colombie ne fera qu'accentuer les violations des droits humains ; le Congrès devrait donc voter contre l'octroi d'une aide militaire supplémentaire ». Si vous décidez d'utiliser un narrateur, celui-ci doit être aussi crédible que les personnes interviewées. Le ton doit être davantage celui employé dans un reportage que dans une présentation activiste.

Problèmes présentés par la remise de séquences aux informations télévisées

- Les rédacteurs aux actualités ont, dans le passé, remis les séquences vidéo de plaidoyer à la police ou aux autorités, ce qui peut mettre en danger la vie du vidéaste ou des sujets, selon le contexte
- Les émissions d'informations n'utilisent en règle générale qu'une portion limitée de la séquence (qui peut être aussi courte que 15 secondes)
- Les émissions d'informations peuvent représenter le récit de façon erronée
- Les émissions d'informations ne sont en général intéressées que par les images extrêmement explicites et dramatiques (violence, manifestations, destruction, arrestations)

Il y a un nombre de questions que vous devez examiner avant de vous lancer à l'assaut des informations télévisées :

- Quel est le sujet ou la question que *vous* voulez voir couvert ?
- Avez-vous des contacts dans le milieu des informations télévisées ? Qui connaissez-vous ?
- Les chaînes de télévision accepteront-elles des séquences « free-lance » ou « indépendantes » (ou des séquences d'ONG ou d'organisations de défense des droits humains) ?
- Avez-vous l'accord de vos sujets pour diffuser leurs interviews ? Dans quelles conditions ?

- Quelle est la partie du sujet qui intéressera les rédacteurs aux actualités télévisées ? L'histoire présente-t-elle un intérêt suffisant pour une diffusion télévisée ? La qualité est-elle assez bonne ? La vidéo contient-elle des images propres à une émission d'informations ? Est-ce quelque chose que les rédactions ne peuvent pas filmer elles-mêmes ?
- La diffusion à la télévision promouvra-t-elle ou entravera-t-elle votre campagne ? Les questions à prendre en considération en la matière sont : faites-vous confiance au diffuseur pour cadrer le sujet équitablement ou favorablement ? Le rôle de votre organisation ou de la communauté concernée sera-t-il reconnu ? Votre vidéo est-elle en sûreté avec la chaîne de télévision ?
- Comment ferez-vous parvenir votre vidéo à la chaîne de télévision ? Quel format accepte-t-elle (la plupart d'entre elles n'acceptent pas VHS) ? Elles préfèrent en règle générale la norme DV ou une norme supérieure.
- Est-ce qu'elle vous rendra la vidéo ? La remettra-t-elle à la police ?
- Comment pouvez-vous vous assurer que les images ne seront pas utilisées à des fins pour lesquelles vous n'avez pas donné votre accord ? Il vous faudra peut-être utiliser un formulaire de licence qui aura valeur de contrat définissant les termes.

Huit conseils relatifs à la remise d'images aux informations télévisées

1. *Montez vos séquences et rendez-les plus faciles à utiliser*
2. *Faites la promotion de vos images sur des pages Web et via alertes courriel*
3. *Mettez vos séquences à la disposition des communautés dans lesquelles vous avez filmé – ne les oubliez pas*
4. *Étiquetez votre cassette clairement avec votre nom et adresse pour le retour*
5. *Incluez une courte fiche analytique sur le sujet – un communiqué de presse convient souvent*
6. *Incluez une liste sommaire du contenu de la cassette, par ordre d'action avec le temps approximatif, le nom des personnes interviewées, leur titre et si besoin, leur organisation. La chaîne pourra ainsi parcourir rapidement le résumé écrit pour repérer les séquences susceptibles de l'intéresser.*
7. *Incluez une lettre ou un contrat avec les conditions de votre accord concernant la diffusion et demandez à être payé pour vos séquences. C'est là une façon efficace de lever des fonds* et *vos séquences seront traitées avec plus de respect. Envisagez d'y ajouter une proposition de licence qui en définit les usages autorisés. Sont-elles disponibles gratuitement ou contre paiement d'une commission ? Avez-vous tous les consentements, les autorisations et les droits nécessaires pour pouvoir accorder une licence pour l'utilisation de ce matériel ? En autorisez-vous un usage multiple, pour une période indéterminée ou une durée limitée? L'offrez-vous en exclusivité ou est-ce une licence non exclusive ?*
8. *Si vous voulez continuer à travailler avec cette chaîne, assurez-vous de l'exactitude de votre matériel et veillez à ce qu'il ne contienne aucun élément de diffamation ou de calomnie. En outre, il faut qu'il soit d'excellente qualité, intéressant pour le spectateur et d'actualité.*

Actions de sensibilisation du public en coordination avec la diffusion

N'oubliez pas que votre travail ne fait que commencer lorsque vous avez l'engagement d'un diffuseur de produire un reportage ou de diffuser votre vidéo documentaire. Pour tirer le plus grand avantage d'une diffusion, vous devez élaborer un plan pour en maximiser l'impact. Par exemple, quand l'émission *Primetime Live* de la chaîne de télévision nationale ABC aux États-Unis a accepté de produire et de diffuser un segment de 12 minutes sur l'enquête de Gillian Caldwell sur la traite des femmes dans l'ex-Union soviétique (présentée dans le chapitre 1), elle a alerté des alliés au Département d'État américain qui avaient l'oreille du Secrétaire d'État. Elle savait que l'émission précéderait la visite que celui-ci devait rendre au Premier ministre israélien - et puisque l'émission portait sur le trafic en provenance d'Ukraine à destination d'Israël, elle espérait que la question de la traite des femmes serait, en conséquence, rajoutée à l'ordre du jour de la visite. Et de fait, à la suite de l'émission, le bureau du Secrétaire d'État lui a demandé une liste de points à discuter et le sujet de la traite des femmes a été mis à l'ordre du jour d'une rencontre au plus haut niveau entre les deux pays.

Une diffusion dans les médias grand public peut également être mise à profit afin de diriger les spectateurs vers votre site Web afin qu'ils puissent agir sur ce qu'ils viennent d'apprendre. WITNESS a ainsi travaillé en étroite collaboration avec les producteurs du *Oprah Winfrey Show* dans le cadre de l'émission sur l'esclavage sexuel en Afrique, qui a été diffusé à l'échelle internationale et pour laquelle elle lui a fourni une vidéo à tarif réduit. En contrepartie, WITNESS a négocié dans le contrat de licence qu'une référence à son site Web soit faite par Oprah et apparaisse à l'écran. En outre, l'organisation a créé sur sa page d'accueil une ressource d'action en ligne destinée aux spectateurs se connectant après l'émission pour mettre à profit leur élan et leur désir de s'engager.

Une troisième stratégie avant diffusion consiste à travailler en réseau et à organiser des projections à domicile, si vous savez qu'une diffusion importante sur votre sujet est prévue. Assurez-vous que les volontaires qui accueilleront les projections chez eux disposent des éléments d'information nécessaires et des supports pour les appels concrets à l'action afin qu'ils puissent demander aux spectateurs qui leur rendront visite de s'engager sur place dans la campagne.

Le Web peut être un endroit idéal pour fournir des informations complémentaires et indiquer des moyens d'action là où l'accès à Internet est largement répandu. Aux États-Unis, les émissions produites pour la télévision publique ont souvent des sites Web très complets qui valent la peine d'être consultés à titre d'exemples. Pour de plus amples informations sur les actions de sensibilisation hors diffusion et les enseignements tirés (aux États-Unis, mais transposables ailleurs), rendez-vous sur <www.mediarights.org>.

L'alternative de la télévision communautaire

Il existe plusieurs stratégies alternatives pour la distribution télévisée. On peu, par exemple, diriger une émission sur une télévision locale, et aller même jusqu'à posséder une chaîne de télévision ! Les avantages de cette solution sont, entre autres :

- Haut niveau de contrôle de la rédaction

- Création d’une institution à long terme qui peut servir tous les besoins divers de la communauté
- Mise en place d’un forum et d’un point focal pour la communauté

Produire une émission communautaire

De nombreuses communautés à travers le monde produisent des émissions sur la justice sociale pour les chaînes de télévision locales. Le procédé est plus ou moins similaire à celui du producteur indépendant qui fournit un documentaire à une chaîne de télévision traditionnelle ou qui réalise une série régulière. Le grand avantage de cette approche est que vous n’avez pas à vous soucier de devoir gérer une chaîne de télévision.

L’un des enseignements tirés de la télévision câblée aux États-Unis, qui n’a aucun contrôle sur la qualité, est qu’une programmation médiocre n’attire pratiquement aucun spectateur. Mais il est aussi vrai que certaines émissions par câble qui s’adressent à un créneau spécifique sont suivies par de nombreux adeptes très loyaux. À l’instar des projections communautaires, un public sur le câble, pour petit qu’il soit, s’il est engagé, peut être très utile.

Diriger une station communautaire

La seconde solution, beaucoup plus ambitieuse, est de créer votre propre station de télévision. Cela présente le grand avantage de vous laisser contrôler le programme. Par contre, le problème est qu’il vous faut d’abord trouver le moyen de mettre sur pied votre opération (ce qui peut nécessiter une autorisation du gouvernement). De nombreux pays ne délivrent pas de licences d’exploitation à une chaîne communautaire et s’ils le font, ils limitent souvent ce qui peut et ne peut pas être diffusé.

Il vous faudra aussi lever des sommes considérables pour faire tourner votre opération. Une petite station de télévision communautaire de faible puissance a un coût de lancement allant de 10 000 à 200 000 dollars (y compris l’émetteur, les caméras et autre matériel, le banc de montage, le contrôle d’enregistrement, etc.) sans oublier les dépenses courantes annuelles (salariés, inventaire de cassettes, électricité, réparations, téléphone, loyer, etc.).

L’une des contraintes auxquelles vous ferez face en ayant votre propre station de télévision, c’est qu’il vous faudra remplir le temps d’antenne chaque jour de chaque semaine de chaque année, et cette contrainte devra être équilibrée avec le besoin d’attirer les spectateurs à vos émissions.

Le stratagème consiste donc à présenter des émissions susceptibles d’attirer votre public et que vous avez les moyens de financer à long terme, et de les faire alterner avec des programmes créés afin de soutenir vos objectifs de plaidoyer ou de changement social. Pour ce faire, vous pouvez combiner des programmes que vous aurez achetés à bas prix (émissions intéressantes faites par d’autres) et des programmes que vous aurez réalisés vous-même.

Le grand avantage de la télévision de faible puissance est que c’est l’organisation elle-même qui est propriétaire de la distribution des émissions. Par exemple, les Kurdes ont dirigé leur propre chaîne de télévision de faible puissance après la première guerre du Golfe en 1991. Il s’agissait au début d’une opération à faible technologie. Ces derniers

temps, l'augmentation des ressources a permis aux Kurdes de diffuser de nombreuses émissions de grande qualité. Cette chaîne de télévision est un élément clé qui a contribué à créer un sentiment de communauté dans le nord de l'Irak et à unifier la région autour de certains thèmes.

Étude de cas : feuilleton – utiliser la fiction dans le cadre du plaidoyer pour le changement social

Un groupe féministe au Nicaragua, Puntos de Encuentro, voulait utiliser les médias de plaidoyer pour traiter certains des problèmes sociaux du pays apparus après la révolution. Elles ont d'abord créé un bulletin d'information intitulé *Boletina*, qui s'est répandu comme une traînée de poudre dans tout le pays. Les bulletins sont devenus célèbres pour leur présentation d'articles politiques juste à côté des recettes préférées des lectrices. Puntos de Encuentro s'est ensuite tourné vers la radio avec des émissions phares sur les problèmes sociaux touchant les femmes.

Le groupe a tôt fait de penser à la télévision. C'est ainsi qu'il a décidé de créer un feuilleton intitulé *Sexto Sentido* qui passerait tous les dimanches après-midi à la télévision. Il s'agit d'un feuilleton de fiction – que les productrices décrivent comme une version « politiquement correcte » de la série américaine *Friends*. L'émission suit la vie de six jeunes gens qui vivent dans un quartier de Managua.

Amy Bank, la directrice exécutive du feuilleton, souligne :

> Notre émission de télévision est l'élément central d'une stratégie de plaidoyer à facettes multiples. Nous n'avons pas fait une émission simplement pour faire une émission. Nous voulons toucher le public à l'échelle nationale. C'est une stratégie d'organisation relativement sophistiquée qui inclut le bulletin d'informations et la radio. L'émission de télévision est l'accroche qui permet de susciter l'intérêt des spectateurs pour ces problèmes... L'avantage du feuilleton est qu'il vous permet de rendre les problèmes beaucoup plus complexes. Il n'y a pas de solutions bien ficelées en une demi-heure. Pas de solutions instantanées. La situation peut rester complexe et le problème devenir plus profond - comme dans la vie réelle. Vous devez faire confiance au public.

Après le passage de chaque épisode, pendant toute la semaine, le groupe diffuse dans son émission de radio des segments qui se rattachent au feuilleton et qui portent sur les questions qui y ont été soulevées. « C'est une manière efficace d'aborder les droits humains que de créer des personnages qui, dans leur vie de tous les jours, font face à des conflits et trouvent des remèdes » explique Liz Miller, qui a réalisé un documentaire sur ce projet. « Ces femmes s'engagent au quotidien dans l'exercice des droits humains. »

Amy insiste :

> Ce que nous faisons, c'est du plaidoyer, mais il est important de ne pas sermonner. Nous avons un point de vue, nous avons une façon bien précise de voir le monde, mais nous nous efforçons de faire en sorte que les gens se sentent un lien avec les personnages. Ce n'est pas une émission de télévision seule qui ouvrira les esprits, mais elle peut susciter un dialogue et c'est ce que nous essayons de faire. Les véritables changements sociaux suivent un processus long et compliqué.

Stations de radio

Pour étrange que cela paraisse, la radio peut offrir un excellent forum pour la distribution de séquences vidéo. Les stations de radio ont généralement des budgets moins importants que les stations de télévision et sont souvent à la recherche de bonnes sources de reportages. Elles présentent aussi l'avantage de toucher un public nouveau – le « public captif » des banlieusards qui se rendent en voiture à leur travail en ville, et celui des habitants des zones rurales ou des régions reculées dont la couverture télévisuelle est limitée ou qui n'ont pas les moyens de s'acheter un téléviseur.

Vous ne remettrez que la piste audio aux stations de radio. Par conséquent, ce qu'il leur faut, ce sont des enregistrements sonores, des descriptions des environs, des sons d'ambiance et des interviews intéressantes d'excellente qualité. Elles n'auront aucun intérêt pour des séquences qui reposent fortement sur la composante visuelle.

Lorsque vous fournissez des séquences à des stations de radio, vous pouvez tout simplement apporter votre caméra à leur banc de montage et copier la piste audio sur l'un de leurs enregistreurs audio. Apportez vos câbles au cas où elles n'en auraient pas à la taille de la prise de votre caméra.

Veillez à signer un contrat de licence avec la station (semblable à celui avec la télévision décrit ci-dessus), qui limitera leur usage de vos enregistrements audio et définira si vous devez être payé ou non.

DISTRIBUTION VIA INTERNET

Au cours des quelque dix dernières années, Internet est devenu un outil puissant pour la promotion des initiatives de plaidoyer à travers la planète, et ce, malgré les inégalités d'accès à la technologie dans le monde. Des groupes de femmes en Afghanistan aux portails d'informations de Dubaï, il est désormais possible de distribuer la vidéo sur Internet. Le réseau mondial des sites Indymedia a démontré le potentiel démocratique qu'à ce média de devenir un espace d'expression pour beaucoup de gens.

Pour les vidéoactivistes qui ont accès à un équipement Internet limité, vous avez d'autres opportunités importantes de distribution pour votre travail.

Points forts de la distribution par Internet et le Web

- *Public de masse* : Internet peut être un média de masse. Vous pouvez toucher un grand nombre de gens qui ont accès à Internet sans trop d'effort. À partir d'un public en ligne, vous pouvez aussi créer un public hors ligne, comme le démontre l'exemple de MoveOn.org ci-dessus (p. 220).
- *Couverture mondiale* : Théoriquement, les gens autour de la planète auront accès à votre matériel.
- *Ciblé* : Vous pouvez élaborer une base de données de gens qui s'intéressent à votre travail et que vous pouvez informer rapidement de tout nouveau matériel en

ligne et de nouvelles actions à entreprendre. Cette base de données devient essentielle pour la mobilisation et la levée de fonds.

- *Peu coûteux* : l'Internet peut être bon marché comparé aux autres canaux de distribution médiatique de masse. Les coûts varient selon que vous êtes facturé ou non pour l'utilisation du serveur et la transmission en continu de votre vidéo.
- *Distribution rapide* : Vous n'avez pas à attendre qu'une organisation distribue votre matériel. Vous pouvez le faire vous-même immédiatement.
- *Distribution internationale* : Envoyer un courriel au village voisin ou à un autre pays coûte la même chose, ce qui est très utile pour le travail en réseau international.
- *Potentiel viral* : Un lien dans un courriel vers une vidéo intéressante ou saisissante est souvent relayé à d'autres. Sur le Web, un message à 30 personnes qui envoient chacun ce message à 30 autres qui l'envoient à 30 autres, et ainsi de suite, finira par atteindre un million de personnes.

Choisir une stratégie fondée sur Internet : votre matériel, votre capacité et votre public

Internet N'EST PAS une bonne stratégie de distribution pour tout le monde. Avant de l'employer, répondez aux questions suivantes :

- Votre public cible a-t-il accès à Internet ? Sait-il utiliser Internet ? A-t-il un accès assez rapide pour visionner une vidéo ?
- Votre matériel est-il approprié à Internet ? Revoyez les lignes directrices dans le chapitre 3 pour voir ce qui marche bien sur Internet.
- Avez-vous la capacité de mettre une vidéo sur Internet ? Votre fournisseur de services Internet acceptera-t-il vos séquences ? Combien vous facturera-t-il la transmission en continu ?
- Existe-t-il une façon efficace d'entreprendre une action ou de mobiliser les gens en utilisant Internet ? Si vous prévoyez d'utiliser une formule d'e-action, devrez-vous la payer afin de pouvoir utiliser le système de façon efficace ?
- Existe-t-il une meilleure stratégie pour atteindre votre public ? Envisagez de créer une vidéo Flash, par exemple, qui est adaptée à une bande passante plus lente.

Si vous décidez de transmettre votre vidéo en continu sur le Net :

- Choisissez un format technique et tenez-vous-y afin que les spectateurs qui reviennent n'aient pas besoin de télécharger un nouveau logiciel.
- Assurez-vous que votre fournisseur de services Internet ne retirera ni ne modifiera ni ne rejettera un contenu controversé. Si possible, établissez votre propre serveur de transmission en continu.

Sachez aussi que quelques organisations se consacrent à la distribution et la promotion des vidéos communautaires, alternatives, progressives et de défense des droits humains sur Internet. Pour en savoir plus, voir le chapitre Ressources.

Étude de cas : mobilisation basée sur Internet en Corée du Sud
de M.J. Kim, Coopérative vidéo des ouvriers coréens de Daewoo

La Corée du Sud a le niveau d'accès Internet à haut débit le plus élevé du monde. Les syndicats s'en servent pour retransmettre en direct les réunions et les activités à leurs membres.

Le 10 avril 2001, plusieurs centaines d'ouvriers de Daewoo qui avaient combattu les licenciements en masse deux mois auparavant se sont réunis devant le portail de l'usine pour entrer dans le bureau du syndicat situé à l'intérieur. Ils avaient obtenu un mandat du tribunal les autorisant à utiliser les locaux du syndicat, et ils défilaient paisiblement. Soudain, la police anti-émeute a attaqué les ouvriers, les frappant violemment. Un caméraman, membre de la coopérative vidéo des ouvriers de Daewoo, se trouvait là et il a filmé tous les détails de l'incident (voir <http://www.dwtubon.nodong.net/english/>).



Figure 7.3 Vidéoactivistes sud-coréens en action (Labor News Production)

LÀ travers le pays, les gens se sont immédiatement rendus sur le site Web et ont pu voir comment le gouvernement opprimait violemment les ouvriers, dont la plupart ont été gravement blessés et certains paralysés. Cet incident et le webcast qui a suivi ont eu un impact réel sur la situation politique de l'époque, et sur l'attitude des gens envers le gouvernement.

MULTIPLICATION DES OBJECTIFS ET JALONNEMENT

Une campagne de plaidoyer peut développer et mettre en œuvre plusieurs stratégies de distribution pour la même vidéo, c'est-à-dire multiplier les objectifs d'un investissement dans une vidéo afin d'obtenir le plus grand effet possible. Bien souvent, ces différentes méthodes de distribution se complètent l'une l'autre.

Un aspect important de la distribution d'une vidéo à des publics cibles est le « jalonnement », qui consiste à utiliser la dynamique ou l'attention suscitée par une méthode de distribution réussie pour ouvrir la porte à une autre distribution. Par exemple, une décision judiciaire mobilise l'attention du public et sera exploitée pour une diffusion à la télévision, qui à son tour donnera l'occasion d'organiser une projection privée avec des décideurs haut placés dans le gouvernement au cours de laquelle vous les convaincrez de prendre des mesures.

Étude de cas : derrière les étiquettes

Voici un exemple détaillé pour vous montrer comment fonctionne ce processus. *Behind the Labels : Garment Workers on US Saipan* (« Derrière les étiquettes : les ouvriers du vêtement sur l'île américaine de Saipan ») est un documentaire de 45 minutes réalisé par Tia Lessin pour WITNESS et Oxygen Television aux États-Unis. La vidéo nous raconte comment des milliers de femmes chinoises et philippines, attirées par de fausses promesses et poussées par le désespoir, paient des sommes élevées pour pouvoir travailler dans les usines de fabrication de vêtements sur l'île de Saipan dans le Pacifique – un territoire américain exonéré des lois standard relatives au salaire minimum – et expose les violations du droit du travail et des droits humains dont elles sont victimes. Il y avait un élément inhabituel dans le rôle d'Oxygen. Contrairement à la plupart des documentaires destinés à la télévision, la chaîne a vivement encouragé le traitement du film sous l'angle du plaidoyer, tant au niveau du public ciblé que de l'usage qui en serait fait.



Figure 7.4 Manifestation mondiale contre les ateliers de misère, tirée de *Behind the Labels* (Oxygen Television LLC/WITNESS)

Le film avait de multiples objectifs de changement, dont :

- Mettre la pression sur le Congrès américain pour qu'il adopte de nouvelles mesures législatives.
- Mobiliser les consommateurs pour qu'ils fassent pression sur le fabricant de vêtements Gap et d'autres détaillants en vue du règlement du litige relatif à la situation de Saipan.
- Fournir un outil de campagne et d'éducation plus général pour les groupes luttant pour la fermeture des ateliers de misère à travers le monde.

La stratégie de distribution employée par cette campagne est décrite dans le tableau 7.3, qui montre le développement du projet, le ciblage de différents publics et la réalisation de la campagne.

La vidéo *Behind the Labels* faisait partie d'une campagne mondiale menée par les organisations Global Exchange et United Students Against Sweatshops à laquelle participaient UNITED!, AFL-CIO, WITNESS et d'autres groupes et qui a débouché sur la satisfaction par Gap et d'autres fabricants de vêtements des revendications des ouvriers à l'issue d'un procès historique. Ces derniers ont reçu des rappels de salaires et des dommages-intérêts d'un fonds de règlement de 20 millions de dollars. En outre, un programme indépendant de supervision de l'usine est en train d'être mis en place. Par contre, une législation est à ce jour bloquée au Congrès américain face à la forte opposition de politiciens influents qui ont des liens avec l'industrie du vêtement.

Cinq conseils pour le jalonnement et la multiplication des objectifs

1. Planifiez votre stratégie de distribution avant de commencer la production. Réfléchissez aux stratégies de distributions qui s'enchaîneront sur d'autres. Quelle stratégie vous faut-il mettre en œuvre en premier ?
2. Prenez contact avec vos alliés clés aussitôt que possible. Associez-les au processus et demandez-leur leur avis.
3. Soyez souple - les choses ne vont pas toujours comme prévu.
4. Si vous voyez une nouvelle occasion de distribution, saisissez-la !
5. N'oubliez pas que l'objectif de la distribution, c'est d'avoir un impact sur un public cible.

Avec tous ces éléments en tête, j'espère que vous pourrez utiliser les idées, les études de cas et les expériences présentées dans ce chapitre, et en tirer les enseignements qui vous permettront de développer et de réussir votre propre stratégie de distribution.

Dans leur ensemble, les outils que nous avons présentés dans ce livre devraient vous guider avec succès sur le chemin du plaidoyer par vidéo. Avec une bonne planification, une production méticuleuse, un montage efficace et éthique et une stratégie de distribution, vous pouvez réaliser le changement que vous visez. Bonne chance !

Tableau 7.3 Distribution de *Behind the Labels*

Public cible	*Action recherchée*	*Méthode de distribution*	*Calendrier*
Grand public, notamment aux États-Unis	Diriger les spectateurs vers la campagne de plaidoyer en ligne, faire pression sur les législateurs américains pour qu'ils adoptent des mesures destinées à réformer la situation et demander aux fabricants de vêtements d'améliorer les conditions de travail	Diffusion télévisée aux États-Unis et en Australie	Huit premiers mois de la campagne
Groupes de solidarité et d'activistes aux États-Unis travaillant sur les questions des ateliers de misère, du droit du travail et des droits humains	Participer à la campagne de protestation et de rédaction de lettres afin de faire pression sur les sociétés mises en cause dans le procès de Saipan pour un règlement du litige, et sur le gouvernement américain pour qu'il fasse respecter les lois en vigueur et mette en application de nouvelles lois	Projections communautaires dans tout le pays avec une documentation de soutien pour faciliter l'action par le biais de manifestations et de rédaction de lettres. Vidéo incluse dans la campagne en cours et en complément à d'autres campagnes de plaidoyer. Projections par des alliés clés et les leaders des communautés alliées.	Huit premiers mois de la campagne avec des projections communautaires durant la semaine précédant la présentation devant le Congrès
Législateurs à Washington	Amener le gouvernement américain à faire respecter les lois en vigueur et mettre en application de nouvelles lois. Faire pression sur les sociétés mises en cause dans le procès.	Rencontres face-à-face et projection du film présentée par un intervenant ayant une expérience personnelle des conditions de travail	Après les projections communautaires dans tout le pays
Grand public aux États-Unis	Contribuer à la campagne mondiale destinée à sensibiliser le public aux ateliers de misère	Diffusion à la télévision et dans des festivals de films aux États-Unis. Distribution à plus de 300 bibliothèques aux États-Unis avec un manuel de projection	Pendant la première diffusion de la vidéo et au cours de la deuxième et troisième année suivant la production de la vidéo
Grand public à travers le monde et activistes contre les ateliers de misère en Asie	*Contribuer aux campagnes mondiales destinées à sensibiliser le public aux ateliers de misère*	*Traduction en chinois pour usage en Chine et distribution à la télévision et dans les festivals de films en Australie, en Israël, dans toute l'Europe ainsi que dans d'autres pays*	Au cours de la deuxième, troisième et quatrième année suivant la production de la vidéo

Glossaire

Assemblage – Première mise en ordre des séquences filmées qui intervient au début du processus de montage.

Balance des blancs – Dispositif d'une caméra vidéo qui vise à assurer une représentation fidèle des couleurs. Le réglage se fait en pointant la caméra vers une surface d'un blanc pur et en appuyant sur le bouton de balance des blancs pendant quelques secondes.

Bout-à-bout – Le premier assemblage d'un film que le monteur prépare à partir des plans sélectionnés, dans l'ordre du scénario et en laissant de côté les points plus subtils de minutage et de montage pour une étape postérieure.

Bracketing – Multiplier les prises de vues au début et à la fin d'un mouvement de caméra afin de disposer d'un éventail d'options différentes au montage.

Câble FireWire – Le câble (techniquement connu sous le nom de câble IEE1394) qui est utilisé pour transférer des données numériques d'une caméra à un ordinateur, d'une caméra à une autre ou d'un ordinateur à un autre.

Code temporel – Piste spéciale sur la bande vidéo qui assigne à chaque image de la vidéo une valeur numérique unique facilitant le repérage précis des plans par les systèmes de montage. Chaque image de la vidéo est dotée d'un code temporel selon le format HH:MM:SS:FF (heure:minute:seconde:image). Dans le cas d'**un code temporel incrusté**, ce chiffre fait partie de l'image visible de la bande et apparaît à l'écran à la lecture de la cassette.

Code temporel incrusté – voir **Code temporel.**

Coupe – Au montage, le point où un plan s'achève et le suivant commence. La plupart des films montés sont composés de « coupes franches », mais peuvent également contenir différents types de **fondu** et de **fondu enchaîné**, ainsi que des effets spéciaux de transition tels que les **inversions d'image** et les **effets de volet**.

Dégagement pour la tête – Espace au-dessus de la tête de la personne dans un plan.

Dérushage – Une liste contenant les détails du contenu audio et visuel de toutes les prises de vues sur une bande de métrage.

Diaphragme – L'œil de l'objectif qui s'ouvre et se ferme et qui détermine et contrôle l'exposition.

Effet de volet – Type de transition d'un plan à un autre. L'image traverse l'écran comme un rideau que l'on tire ou un store que l'on baisse.

Exposition - Quantité de lumière que le diaphragme de la caméra laisse passer à travers l'objectif.

Fermeture en fondu – Transition graduelle d'une image qui disparaît dans le noir (ou une autre couleur, qu'on appelle fondu au noir, fondu au blanc, etc.) ou réduction progressive du niveau du son jusqu'à ce qu'il devienne inaudible.

Fondu enchaîné – Fusion graduelle de la fin d'un plan et du début du plan suivant qui est réalisée en superposant une fermeture en fondu sur une ouverture en fondu de même longueur.

Gros plan (GP) – Prise de vues qui cadre votre sujet de près, ne montant qu'un détail (tel que le visage ou les mains).

Liste des plans – Liste des prises de vues établie d'avance et que le réalisateur a l'intention de filmer sur le lieu du tournage.

Magnétoscope – Un appareil qui lit et enregistre des cassettes vidéo.

Marcher en crabe – Déplacement latéral du caméraman avec les genoux légèrement pliés pendant qu'il ou elle filme.

Microphone canon – Un microphone directionnel qui se fixe au-dessus de la caméra.

Microphone omnidirectionnel – Microphone qui est sensible aux sons en provenance de toutes les directions.

Microphone sans fil - Microphone qui n'est pas directement rattaché à la caméra, mais qui envoie le son au moyen d'un transmetteur à distance à un récepteur qui se trouve sur la caméra.

Microphone unidirectionnel – Microphone qui est sensible aux sons en provenance d'une seule direction.

Montage – (1) Juxtaposition de plans ou de scènes sans lien apparent, mais qui, une fois assemblés, ont un sens (par ex. : le plan A et le plan B, joints ensemble, donnent naissance à une troisième idée, laquelle est ensuite soutenue par le plan C, etc.) ; ou (2) Série de plans reliés les uns aux autres qui amène le spectateur à une conclusion précise (par ex. : le plan A mène au plan B qui mène au plan C… qui mène au plan X, X étant la conclusion de la séquence).

Montage fin – Étape du montage qui intervient après que l'on ait procédé à tous les changements découlant de l'étape du montage brut ou bout-à-bout. À ce stade, l'accent est mis sur l'affinage des coupes, le minutage et le choix des plans.

Montage sur papier - Processus qui consiste à arranger les différentes sections d'un scénario sur papier, dans l'ordre que vous suivrez au montage pour créer le bout-à-bout de votre vidéo. Résultat de ce processus.

NTSC – Il existe deux normes de vidéo : NTSC ou PAL. Les caméras enregistrent selon l'une ou l'autre norme. Les téléviseurs et magnétoscopes sont destinés à lire une norme particulière, à moins qu'ils ne soient multi-systèmes. En règle générale, NTSC est utilisé dans les Amériques et quelques pays d'Afrique et d'Asie, tandis que PAL est utilisé dans le reste du monde. Le Brésil utilise une variante de PAL connue comme PAL-M. SECAM est une norme plus ancienne, qui a été généralement remplacée par PAL.

Ouverture en fondu – Apparition progressive d'une image qui émerge du noir (ou d'une autre couleur), ou augmentation graduelle du niveau du son jusqu'à ce qu'il devienne audible.

PAL – voir **NTSC**.

Panoramique horizontal – Pivotement de la caméra de gauche à droite ou de droite à gauche sur un axe horizontal.

Panoramique vertical – Mouvement de la caméra de bas en haut ou de haut en bas sur un axe vertical.

Plan/calendrier de tournage - Document, écrit d'avance, qui précise les détails du qui, quoi, quand, où et comment du tournage.

Plan de coupe – Un plan de coupe est une prise de vues, dans le cadre d'une interview ou de la scène principale, vers laquelle la caméra « coupe » afin de fournir une explication du personnage et du contexte de son histoire ou pour « masquer » le montage et aider à la construction d'une séquence. Un plan de coupe consiste généralement en un détail d'une scène qui n'est pas visible dans le plan qui précède et celui qui suit – dans le cas d'une interview, il pourra s'agir des mains de l'interviewé ou du visage de la personne qui écoute. Ou si quelqu'un parle d'une mine d'or dans une interview, vous pouvez utiliser des plans de coupe d'une mine, sur fond de la bande son de l'interview.

Plan d'ensemble (PE) – de vues qui cadre le sujet et ce qui l'entoure. Le plan d'ensemble fait souvent fonction de **plan d'introduction**.

Plan général (PG) – voir **plan d'introduction**

Plan d'introduction – Prise de vues utilisée vers le début d'une scène pour introduire les interrelations et le contexte des éléments qui seront montrés par la suite en plans plus rapprochés. Aussi appelé **plan général (PG)**, qui est un plan d'introduction qui vous situe dans l'environnement. Il s'agit souvent d'un plan large de l'extérieur d'un bâtiment

ou de l’un des lieux où la scène est sur le point de nous emmener. Il est également utilisé comme plan de transition entre deux lieux sur fond de musique ou de narration.

Plan large (PL) – Prise de vues qui montre le contexte d’une scène dans son intégralité. Similaire à **un plan d’introduction**, mais utilisé plus généralement à l’intérieur d’une séquence plutôt qu’au début d’une scène.

Plan moyen (PM) – Prise de vues se situant entre le plan d’ensemble et le plan rapproché (par ex. la personne est filmée au-dessus de la taille).

Plan rapproché (PR) – Prise de vues qui se situe entre le plan moyen et le gros plan (par ex. la personne est filmée au-dessus de la poitrine).

Point de vue (PDV) - Le point de vue décrit la perspective sous laquelle une vidéo est racontée. Le terme s’applique également à un plan filmé du point de vue d’une personne (comme si vous vous mettiez à sa place).

Postproduction – Le processus de création d’un film qui suit le tournage et englobe le dérushage/transcription, le montage sur papier et l’ensemble du processus de montage comprenant l’assemblage, le bout-à-bout, le montage fin et la production de la vidéo finale.

Préproduction - Cette étape inclut la préparation et les recherches pour l’élaboration d’un canevas, un premier scénario et un plan de tournage, ainsi que la planification logistique (budget, calendrier, etc.) ainsi que la levée de fonds.

Production – La période de temps durant laquelle la vidéo est tournée.

Rouleau B – Séquences additionnelles (hors interviews) qui serviront à étoffer les interviews et à raconter votre histoire. Dans tout tournage, vous devriez toujours chercher à obtenir des images ou séquences qui se rattachent à l’histoire : par exemple, si un interviewé parle de la vie dans un camp de réfugiés, vous filmeriez des images des conditions de vie dans le camp, de gens qui travaillent, de gens qui préparent un repas, de l’état des écoles, etc. Ces images serviront à « couvrir » aussi bien les interviews que la narration (c’est-à-dire à fournir des éléments visuels pendant que quelqu’un parle).

Saut de montage – Une **coupe** brutale qui rompt la continuité du temps en sautant d’un point de l’action vers un autre sans changer sensiblement l’angle, la taille du plan ou l’emplacement du sujet dans le cadre. Par exemple, vous utilisez une section de l’interview et vous sautez vers une autre partie de la même interview en gardant le même angle. La personne « sautera » dans la transition. Les sauts de montage sont souvent couverts par des **plans de coupe** pour rendre la transition plus fluide, bien qu’ils puissent être utilisés en tant qu’effet visuel.

Scène – Action qui se déroule dans un endroit précis à un moment donné.

Séquence – Série de plans qui s'imbriquent les uns dans les autres et contiennent une idée ou une action particulière.

Story-board – Ensemble de croquis des plans d'une séquence.

Titre – Texte à l'écran surimposé à l'image (ou sur un fond noir).

Transmission vidéo en continu (streaming) – Série de fichiers vidéo transférés sous forme comprimée sur Internet, puis décomprimés et lus par le lecteur média d'un ordinateur au fur et à mesure de leur transmission.

Travelling – Prise de vues qui consiste à suivre un sujet en mouvement, la caméra se déplaçant avec lui.

Très gros plan (TGP) – Prise de vues qui cadre votre sujet de très près (plus rapproché qu'un gros plan), montrant un détail extrême (par exemple, une partie du visage).

Tuyau d'arrosage – Terme employé pour décrire le travail de la caméra qui, similaire au regard, balaie la scène dans tous les sens et dont les images sont pratiquement impossibles à monter.

Vérité – Images d'activités et de « la vie qui se déroule devant l'objectif » que la caméra observe avec peu ou pas d'ingérence percevable dans ce qui est en train de se passer. Aussi connu sous le nom **cinéma d'observation/direct**.

Zoom – Augmentation ou réduction de la distance focale de l'objectif, qui donne une impression de rapprochement ou d'éloignement (zoom avant/zoom arrière).

Ressources

SUR LA SÉCURITÉ

1. Le **Comité pour la protection des journalistes** est une organisation indépendante à but non lucratif fondée en 1981. Il a pour mission de promouvoir la liberté de la presse à travers le monde en défendant le droit des journalistes de rapporter l'information sans crainte de représailles. Il publie un excellent guide sur la sécurité à l'intention des journalistes (« On Assignment : Covering Conflict Safely ») qui peut être téléchargé gratuitement de son site Web, ainsi qu'un guide pour les journalistes travaillant dans des zones à « risques prolongés».

Pour signaler des attaques contre des journalistes ou pour consulter d'anciens cas, veuillez contacter :

Committee to Protect Journalists
330 7th Avenue, 12th Floor
New York, NY 10001, USA
Tél. : (1-212) 465-1004
Fax : (1-212) 465-9568
<www.cpj.org>

2. **Reporters sans frontières**

Pour signaler des attaques contre des journalistes ou consulter d'anciens cas, vous pouvez aussi prendre contact avec :

Reporters sans frontières
5, rue Geoffroy-Marie
75009 Paris, France
Tél. : (33-1) 44.83.84.84
Fax : (33-1) 45.23.11.51
<www.rsf.org>

3. La **Fédération internationale des journalistes,** basée à Bruxelles, publie un guide utile sur la sécurité <www.ifj.org/hrights/safetymanual.html>

4. Le **Comité international de la Croix Rouge** assiste les personnes détenues en temps de conflit, y compris les journalistes. Le numéro du standard à Genève, en Suisse, est le (41-22) 734.60.01. En cas d'urgence en dehors des heures de bureau, vous pouvez appeler le (41-79) 217.32.04.

5. Le **Rory Peck Trust** a pour mission de promouvoir le travail et la sécurité des journalistes indépendants en reportage à travers le monde. Le Trust subventionne une formation sur les milieux hostiles pour les indépendants, les conseille en matière de couverture d’assurance et apporte un soutien financier aux familles de celles et ceux qui ont été tués ou gravement blessés en mission.

The Rory Peck Trust
7 Southwick Mews
London W2 1JG, UK
Tél. : (44-20) 7262-5727
Fax : (44-20) 7262-2162
<www.rorypecktrust.org>

6. Le **Dart Center** est un réseau mondial de journalistes, d’enseignants du journalisme et de professionnels de la santé dont la mission est d’améliorer la couverture médiatique des traumatismes, des conflits et des tragédies. Le Centre s’intéresse aussi aux conséquences d’une telle couverture pour les personnes travaillant dans le journalisme.

Dart Center for Journalism & Trauma
Department of Communication
102 Communications Building
Box 353740
University of Washington
Seattle, Washington 98195-3740, USA
Tél. : (1-206) 616-3223
Fax : (1-206) 543-9285
<info@dartcenter.org> <www.dartcenter.org>

7. **Human Rights Watch** (HRW) est l’une des organisations de défense des droits humains les plus importantes au monde. Dans certains cas, HRW peut créer un mouvement de solidarité et apporter un soutien sur le terrain en suscitant une prise de conscience à l’échelle internationale.

350 Fifth Avenue, 34th Floor
New York, NY 10118-3299, USA
Tél. : (1-212) 290-4700
Fax : (1-212) 736-1300
<www.hrw.org>

8. **Amnesty International** (AI) est un mouvement international qui fait campagne pour le respect des droits de l'homme reconnus à l'échelle internationale. Dans certains cas, AI peut créer un mouvement de solidarité et apporter un soutien.

Amnesty International - International Secretariat
1 Easton Street
London WC1X 0DW, UK
Tél. : (44-20) 7413-5500
Fax : (44-20) 7956-1157
<www.amnesty.org>

9. **Privaterra** est une organisation qui se consacre à la formation des groupes de défense des droits humains et de la justice sociale en matière de sécurité électronique.
<www.privaterra.org>

RESSOURCES INTERNET SUR LE MONTAGE ET LE PLAIDOYER

WITNESS <www.witness.org>
Vous pouvez obtenir les documents suivants auprès de WITNESS. Ils peuvent être soit téléchargés à <www.witness.org/training> ou commandés sur <www.witness.org/store> :

- « Video for Change »
- « Manuel Vidéo » sous Tips and Techniques

Amazon Watch (États-Unis) <www.amazonwatch.org>

Chiapas Media Project <www.chiapasmediaproject.org>

Chicago Video Project <www.chicagovideo.org>

Freespeech TV (États-Unis) <www.freespeechtv.org>

Guerrilla News Network <www.gnn.tv>

L'**Independent Media Center (« Indymedia »)** <www.indymedia.org> est un réseau d'organisations de médias regroupées en collectifs dont le but est de rapporter l'information de façon radicale, exacte et passionnée. Notre travail se fonde sur l'admiration et l'inspiration que nous éprouvons pour celles et ceux qui continuent d'œuvrer pour un monde meilleur, en dépit de la distorsion de la réalité par les médias traditionnels et de leur refus de couvrir les efforts visant à libérer l'humanité.

MediaRights <www.mediarights.org> est une organisation à but non lucratif qui aide les producteurs de médias, les éducateurs, les libraires, les associations à but non lucratif et les activistes à utiliser le documentaire pour promouvoir l'action et le dialogue sur les questions sociales contemporaines.

OneWorld <www.oneworld.org>

Undercurrents <www.undercurrents.org>

Video Activist Network <www.videoactivism.org>

Working Films <www.workingfilms.org> est une organisation américaine qui établit un lien entre la réalisation de documentaires indépendants et l'éducation, l'organisation et l'action directe à l'échelon communautaire dans le but de soutenir la justice sociale, économique et civile.

Annexe I

Plan d’action vidéo de WITNESS

Nom de l’organisation :
Votre nom :
Votre fonction :

Date :

Le présent document est une variante du Plan d’action vidéo (PAV) de WITNESS – un questionnaire destiné à aider nos partenaires à développer un plan leur permettant d’incorporer la vidéo dans leur travail de plaidoyer en faveur des droits humains. Ce PAV vous guidera dans votre réflexion sur les tactiques de plaidoyer à mettre en œuvre, les préparatifs logistiques, les aptitudes nécessaires et les connaissances visuelles dont vous aurez besoin pour mener à bien un projet de plaidoyer par vidéo. Il est censé servir de point de départ à votre analyse et vous permettre de vous fixer des objectifs et des délais raisonnables pour parvenir à vos buts.

Pour de plus amples informations sur la façon de remplir ce questionnaire, veuillez vous référer aux documents suivants :

- Documents de formation de WITNESS sur <www.witness.org/training>

Enfin, veuillez noter que les tableaux contenus dans ce document sont destinés à vous servir de guide. Vous n’avez pas besoin de les utiliser si vous préférez écrire ou imprimer vos réponses sur une feuille séparée.

1re PARTIE : cadre général du projet de plaidoyer par vidéo

Présentation des objectifs et du public visé

Sachez que les plaidoyers par vidéo les plus efficaces sont ceux qui s'inscrivent dans le cadre d'une campagne où la vidéo est utilisée stratégiquement et tactiquement de pair avec d'autres activités et outils de plaidoyer, tels que rapports écrits, briefings, manifestations, etc. en vue d'atteindre un objectif précis.

1) A l'échelle de votre organisation, quels sont vos objectifs de plaidoyer clés et les tactiques que vous mettrez en œuvre afin d'atteindre ces objectifs au cours des deux prochaines années ? Y a-t-il des événements clés de plaidoyer qui se rapportent spécifiquement à vos objectifs ? Si oui, veuillez les mentionner et expliquer pourquoi ils sont importants.

OBJECTIF	***TACTIQUE DE PLAIDOYER***	***ÉVÉNEMENTS CLÉS***	***NOMS ET FONCTIONS DES PERSONNES ASSOCIÉES AU PROJET***	***AUTRES ONG ET PARTIES PRENANTES Á CE PROJET***
1.				
2.				
3.				

4.				

5.				

6.				

2) Veuillez préciser les objectifs spécifiques de changement en matière de politiques et de pratiques sur lesquels portera votre vidéo de plaidoyer. Expliquez ce qui vous permettra de déterminer que ces objectifs ont été atteints. Veuillez noter que vous pouvez avoir des objectifs primordiaux et secondaires. Ajoutez autant de lignes qu'il vous faut dans le tableau pour votre réponse.

	OBJECTIF PRÉCIS DE CHANGEMENT OU DE POLITIQUE	*OBJECTIF ATTEINT ?*
1.		
2.		
3.		
4.		

3) Quel est le public visé par votre projet de vidéo ? Les spectateurs doivent avoir le pouvoir d'influer sur vos objectifs de plaidoyer, que ce soit directement ou indirectement. Veuillez énumérer dans le tableau les organisations ou les individus que vous ciblerez spécifiquement dans votre distribution.

Servez-vous des exemples ci-dessous de publics types possibles pour vous guider, mais n'hésitez pas à rajouter d'autres catégories qui seraient pertinentes au thème de votre vidéo.

TYPE DE PUBLIC	**LOCAL**	**NATIONAL**	**RÉGIONAL**	***INTERNATIONAL***
Cours de justice, tribunaux et autres instances judiciaires				
Organismes législatifs et exécutifs				
Organes, commissions, rapporteurs spéciaux, groupes de travail, etc. pour les droits de l'homme				
Décideurs clés ayant une influence sur les questions relatives aux droits humains (institutions financières, entreprises, agences de coopération, etc.)				
ONG, groupes de solidarité et organisations communautaires				
Presse et médias (télévision, Internet et radio)				
Grand public				
Autre				

4) Veuillez analyser vos publics, classés par ordre d'importance, dans le tableau ci-dessous. Servez-vous de l'exemple illustré dans le tableau pour vous aider.

PUBLIC	**ACTION RECHERCHÉE**	**CONNAISSANCE DU SUJET**	**OPINION**	**MESSAGE**	**HISTOIRE/VOIX**	***DISTRIBUTION***
Quel est le public que vous cherchez spécifiquement à atteindre (individu, groupe) ?	Que voulez-vous que ce public fasse ? (veuillez vous rapporter aux objectifs pour le changement définis dans la question 2)	Niveau de connaissance actuelle du public sur le sujet	Opinion du public sur le sujet (négative, neutre, positive, etc.)	Qu'essayez-vous de dire à ce public pour qu'il passe à l'action ?	Quelles sont l'histoire et les personnes dans la vidéo qui convaincront votre public ou l'inciteront à agir ?	*Comment et quand atteindrez-vous ce public ? Y a-t-il un moment stratégique pour le faire (par ex. projections publiques/privées, audiences judiciaires, conférences, contact direct, mass media). Soyez aussi précis que possible quant aux dates et aux occasions.*
Président du Sénégal	*Engagement financier et politique pour l'aide aux victimes des mines antipersonnel*	*Elevé, nous avons réalisé de nombreuses actions de plaidoyer à l'intention du gouvernement sénégalais au nom des victimes des mines*	*Neutre, mais aucune mesure politique/législative ni action n'a été prise pour aider ces victimes*	*Vous avez la capacité d'apporter un soutien aux victimes des mines en dotant les services d'assistance d'un financement adéquat*	*L'impact des mines sur le plan humain, l'urgence d'une aide aux victimes et l'illégalité de la non-assistance. Les voix des victimes et d'experts neutres qui recommandent les mesures à prendre*	Lors d'une projection privée le 12 décembre 2004, organisée en collaboration avec d'autres ONG membres de notre coalition contre les mines antipersonnel

5) Quelles sont, selon vous, la longueur, l'approche stylistique et la langue optimales pour votre principal public ? Si vous décidez de cibler plusieurs publics, vous faudra-t-il modifier la langue, la durée ou le style de la vidéo en conséquence ? Si oui, veuillez préciser.

6) Avec quels organisations, réseaux et alliances avez-vous travaillé ou prévoyez-vous de travailler dans le cadre de cette campagne de plaidoyer par vidéo ? Veuillez décrire comment vous avez travaillé avec eux dans le passé ou comment vous prévoyez de le faire dans le cas présent ?

7) Est-ce que le tournage et la distribution à grande échelle des images vidéo à l'extérieur ou à l'intérieur du pays présente des risques pour la sécurité de la personne filmant les images ou des personnes représentées dans la vidéo ? Si oui, veuillez préciser.

8) Veuillez mentionner toute vidéo ou tout documentaire existant ou en cours de réalisation sur le sujet de votre plaidoyer. Qu'apportera votre projet de vidéo à ce matériel existant ? Que vous enseigne-t-il quant à ce que vous voulez inclure et ce que vous voulez éviter ? Veuillez citer avec précision les noms de ces vidéos/documentaires ou indiquer s'il n'y a aucun matériel vidéo à l'heure actuelle sur le sujet.

9) Comment les médias présentent-ils le sujet (si tant est qu'ils le fassent) ? Est-ce que cela a aidé ou entravé votre stratégie de plaidoyer ? En quoi voulez-vous que l'approche de votre vidéo soit différente ?

2e PARTIE : planification de la vidéo

Stratégie : message, histoire et narrateur

1) Décrivez en un paragraphe l'histoire que vos spectateurs verront dans votre vidéo. Ce ne doit pas être un résumé du message de la vidéo ni une analyse, mais une description de la façon dont vous concevez le déroulement de l'histoire.

En voici deux exemples :

- « Dans la région de Casamance, au Sénégal, nous voyons une ville et une campagne fertiles et prospères qui contrastent avec le sort des victimes de mines antipersonnel. Nous suivons la vie de quatre victimes de mines, d'âge, de sexe et de classe sociale différents, chacun d'entre eux essayant de continuer à vivre et à travailler. Ils parlent du manque d'aide médicale et des effets socioéconomiques et psychologiques des mines sur leur vie. Des interviews d'experts viennent renforcer le message de leurs expériences personnelles et débouchent sur un appel lancé par les victimes au gouvernement et à la communauté internationale afin que ceux-ci remplissent leurs obligations de fournir une assistance aux victimes des mines, de mettre fin à l'emploi des mines et de déminer la région, conformément aux dispositions de la Convention sur l'interdiction des mines antipersonnel, dont le Sénégal est signataire.

- « Nous voyons d'abord les images de l'offensive lancée par le gouvernement militaire birman à la fin de 2004 et ensuite, les villageois qui continuent à vivre dans la zone de guerre en 2005 où la peur et le danger sont permanents. Ils restent en petits groupes près des champs, vivant dans des abris temporaires et évitant les villages dans la plaine. Ils n'ont que peu de nourriture, un accès limité aux soins médicaux et à l'éducation et une sécurité précaire. Les villageois de tous âges, ainsi que les enfants, nous montrent comment ils vivent, nous racontent leurs expériences et leurs histoires personnelles et nous parlent de leurs espoirs et de leurs craintes pour eux et leurs enfants. La vidéo montre l'insécurité continuelle à laquelle ils sont confrontés et illustre le besoin d'une assistance supplémentaire pour les personnes déplacées en Birmanie, et d'une pression sur le gouvernement pour qu'il fasse cesser ces attaques.

Pensez visuellement et verbalement : chaque mot doit décrire quelque chose que vous voyez dans la vidéo.

2) Parmi les messages que vous avez cités dans votre tableau sur vos publics cibles, quels seront les messages les plus importants de la vidéo ?

3) Qui sera le mieux à même de raconter votre histoire de façon convaincante pour votre public ? N'oubliez pas que les histoires personnelles saisissantes et mémorables font partie intégrante des vidéos et des récits les plus forts et qu'une interview « d'expert » peut apporter la crédibilité nécessaire et aider à formuler des propositions juridiques ou politiques nuancées. Vous pourriez aussi envisager de montrer « les deux côtés de l'histoire » ou d'expliquer pourquoi c'est impossible ou imprudent. Sachez que la personne qui raconte l'histoire peut aussi être le narrateur.

4) Si vous prévoyez d'utiliser un narrateur dans le film, qui serait votre premier choix et comment contacterez-vous cette personne ? Les narrateurs peuvent jouer un rôle très utile pour structurer un film et combler les lacunes d'informations. Cela dit, certains publics percevront la narration comme une tentative de manipulation ou l'indication d'un point de vue ou d'une opinion particulière. Si vous optez pour la narration, les aspects que vous devez prendre en considération sont la crédibilité du narrateur, son sexe, son origine nationale, son statut de célébrité et sa disponibilité/accessibilité, etc. Au cas où cette personne ne serait pas disponible, veuillez dresser une liste d'autres narrateurs potentiels.

3e PARTIE : préproduction, production et postproduction

La réalisation d'un film comporte essentiellement trois étapes : la préproduction, la production et la postproduction. Dans cette section, vous étudierez les caractéristiques fondamentales de chacune d'entre elles et commencerez à réfléchir à la façon de traduire votre plan de plaidoyer en une vidéo concrète. La préproduction englobe les recherches sur le sujet, le développement des thèmes à analyser, la définition dans les grandes lignes des aspects que vous voulez couvrir dans votre vidéo, les préparatifs logistiques et la levée de fonds. La production correspond à l'étape du tournage. Enfin, la postproduction comprend le dérushage, la transcription et le montage des séquences (le matériel vidéo filmé) en une vidéo appropriée au public ou publics cibles. [Le dérushage consiste à consigner les détails des séquences enregistrées sur chaque cassette avec la description des lieux, de la durée et du contenu visuel et audio des plans tournés. La transcription correspond au report mot à mot du contenu de chaque cassette].

Préproduction et production

1) Quelles sont les questions auxquelles vous devez répondre et les informations qu'il vous faut rechercher avant de commencer le tournage ? Les principales questions clés figurent dans le tableau ci-dessous. Veuillez rajouter celles qui se rapportent spécifiquement à votre organisation et à votre plan de plaidoyer par vidéo.

QUESTIONS	RECHERCHES NÉCESSAIRES/NOTES
1. Quels sont les risques pour la sécurité des personnes qui apparaissent dans le film si celui-ci est montré au niveau local, régional, international ?	
2. Quels types de documents de consentement ferez-vous signer aux personnes filmées ?	
3. Quelles sont les autorisations qu'il vous faudra obtenir pour filmer dans les différents lieux de tournage prévus ?	
4. Les forums où vous prévoyez de présenter votre vidéo à votre public cible ont-ils des règles particulières en matière de soumission de vidéos ?	
5. Comment trouverez-vous un financement supplémentaire pour la production et la distribution de la vidéo ?	
6.	

2) Quelle est la politique de votre organisation en matière de sécurité et de consentement en ce qui concerne les personnes interviewées ou filmées pour votre documentation de violations des droits humains ?

3) Quels sont les éléments audio et visuels que vous prévoyez d'inclure dans la vidéo ? Veuillez utiliser la liste figurant en annexe de ce plan d'action vidéo pour vous aider à répondre.

a) Matériel existant
N.B. : Il peut être difficile et coûteux d'obtenir une licence pour l'utilisation de musique ou de documents d'archives vidéo/photo.

	QUEL MATÉRIEL VOUS FAUT-IL ?	COMMENT L'OBTIENDREZ-VOUS ?	QUELS DROITS VOUS FAUT-IL OBTENIR POUR L'USAGE DE CE MATERIEL ?
Interviews vidéo existantes			
Images tournées par votre organisation			
Images télévisées ou vidéo existantes			

Photos existantes			
Musique existante			
Sources de son existantes (ni musique ni interviews)			
Documents imprimés ayant un lien avec la vidéo			

b) Interviews : Dressez la liste des personnes que vous voulez interviewer. Si vous n'avez personne de particulier en tête, donnez une description générale du type d'interviewé que vous recherchez. Servez-vous de l'exemple ci-dessous pour vous aider.

NOM ET FONCTION DE L'INTERVIEWÉ	**OBJECTIF DE L'INTERVIEW**	**LIEU DE TOURNAGE (ET AUTORISATIONS REQUISES)**	**LANGUE**	***PROBLÈMES DE SÉCURITÉ POTENTIELS AVEC CET INTERVIEWÉ***
Exemple : James Brown, ancien enfant-soldat	*Enfant-soldat qui raconte comment il a été recruté, quand et où il a été démobilisé, ce qu'il pense de la guerre, comment se passe sa vie de civil et quels sont ses espoirs et ses craintes pour l'avenir*	*Centre transitoire de réinsertion, Monrovia, Libéria. Besoin de demander l'accès au directeur du centre.*	*Gbande/anglais*	*Ne peut ni montrer son visage ni utiliser vrai nom*

c) Séquences : Préparez un plan des séquences que vous voulez tourner pour raconter votre histoire. Une séquence est une série de plans qui s'imbriquent les uns dans les autres pour former une idée ou une action particulière. Indiquez les lieux où vous tournerez ces séquences et la raison de votre choix.

SÉQUENCES (DÉCRIVEZ CE QUE L'ON VERRA ET ENTENDRA)	**LIEU DE TOURNAGE (ET TOUTE PRÉPARATION/AUTORISATION REQUISE)**	**BUT : POURQUOI FAUT-IL INCLURE CETTE SÉQUENCE ?**
Exemple : Groupe d'anciens enfants-soldats jouant au football.	*Centre transitoire de réinsertion, Monrovia, Libéria. Besoin d'obtenir la permission du directeur du centre.*	*Montrer les enfants-soldats en tant qu'enfants.*

4) Choisissez un interviewé de la liste ci-dessus et rédigez une série de questions que vous voulez lui poser. Veuillez noter que les questions d'une interview doivent être ouvertes pour permettre à votre interviewé de donner une réponse aussi complète que possible. Pour en savoir plus, veuillez vous référer aux documents de formation de WITNESS. Il s'agit d'un exercice qu'il vous faudra faire pour vous préparer à chaque interview que vous réaliserez.

NOM : ***LIEU :***	
Questions	
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	
6.	
7.	
8.	
9.	

10.	

Préparer un calendrier de production

Préparez un calendrier pour la préproduction, la production, la postproduction et la distribution de votre premier projet vidéo. Vous trouverez des exemples d'activités ci-dessous. Le temps nécessaire à leur exécution dépendra toutefois de la nature, de l'ampleur et de la stratégie du projet en question, ainsi que du temps et de l'énergie que vous pourrez y consacrer.

ÉTAPE DU PROCESSUS	ACTIVITÉ	DATE DE COMMENCEMENT	DATE DE CONCLUSION	LIEU	PERSONNE RESPONSABLE / AUTRES APPORTS NÉCESSAIRES
Préproduction	Recherches sur les contraintes de sécurité				
	Recherches sur le matériel audiovisuel existant et autres recherches d'informations				
	Élaboration d'un plan d'action vidéo				
	Préparatifs logistiques pour le tournage				
	Levée de fonds pour la production et distribution/ plaidoyer				
Production	Tournage – Lieu A				
	Tournage – Lieu B				
	Tournage – Lieu C				
	Tournage – Lieu D				
	Tournage – Lieu E				
	Tournage – Lieu F				

	Tournage – Lieu G				
Postproduction	Dérushage et transcription des séquences				
	Préparation d’un script				
	Révision du script avec les collègues et alliés				
	Montage de la vidéo				
	Événements clés de plaidoyer pour le lancement de la vidéo				

4e PARTIE : mise en œuvre des actions de sensibilisation du public et de plaidoyer en utilisant votre vidéo

Dans le plaidoyer par vidéo, la distribution tactique et stratégique de la vidéo est un élément clé pour accomplir le changement. Souvent, ce n’est pas le nombre de gens qui auront vu la vidéo qui importe, mais plutôt la question de savoir si elle a atteint les publics clés qui ont le pouvoir d’effectuer des changements. La distribution peut se faire de différentes façons, telles que rencontres face à face, projections dans le cadre d’événements clés, projections privées, conférences, audiences, briefings, distribution à des alliés et partenaires clés de plaidoyer ou de campagne pour qu’ils l’emploient dans le cadre de leur propre plaidoyer, etc.

1) Serait-il utile d’élaborer une documentation d’accompagnement, telle que dossier d’orientation, dossier d’action, fiche d’information ou guide de projection pour joindre à la vidéo ? Si oui, que contiendra-t-elle ?

2) Qui seront les alliés qui vous aideront à faire parvenir votre vidéo à vos publics cibles à l’échelle nationale et internationale (ONG, réseaux, alliés, organisations de médias, etc.) ? Y a-t-il des groupes qui ont déjà les contacts nécessaires pour atteindre vos publics cibles ? Comment pouvez-vous associer ces groupes à votre projet de plaidoyer par vidéo au début du processus afin de garantir leur participation ?

3) Quel est le niveau de couverture médiatique que vous recherchez pour cette campagne ? Veuillez indiquer toute inquiétude que vous auriez en ce qui concerne la présentation de ce sujet dans le mass-média ?

4) Si vous prévoyez d'utiliser le mass-média, quelles organisations de médias souhaitez-vous cibler à l'échelle nationale et internationale ? Avez-vous déjà des contacts au sein de ces organisations ? Veuillez noter que celles-ci peuvent être réticentes à diffuser vos images ou votre vidéo de plaidoyer pour diverses raisons. Cela dit, elles seront peut-être disposées à en utiliser une partie en tant que rouleau B pour un reportage particulier ou pour lancer leur propre enquête à partir du matériel qui leur sera présenté.

ORGANISATION DE MÉDIAS	EXISTENCE DE CONTACTS ?	DANS QUELLE MESURE L'HISTOIRE DE CETTE VIDÉO INTÉRESSERA-T-ELLE CES MÉDIAS ? QUELLES SERONT LES DIFFICULTÉS À OBTENIR UNE COUVERTURE QUI PRÉSERVE LE MESSAGE DE VOTRE PLAIDOYER ?

5) Sur la base de ces considérations, complétez le tableau de distribution par public que vous avez créé dans la 1re partie afin de développer un plan de sensibilisation du public *comprenant un calendrier et une division des tâches clairement définis.*

PUBLIC	**ACTION RECHERCHÉE**	**COORDONNÉES POUR LE PUBLIC**	**DISTRIBUTION**	**CHOIX DE LA DATE**	**MEMBRE DE L'ÉQUIPE PARTENAIRE OU ALLIÉ CHARGÉ DE L'ACTION DE SENSIBILISATION DU PUBLIC**	**STATUT DE L'ACTION DE SENSIBILISATION (À METTRE À JOUR AU FUR ET À MESURE)**
Exemple : Président du Sénégal	*Engagement financier et politique pour l'aide aux victimes de mines antipersonnel*	*Par l'intermédiaire de son secrétaire particulier au no. de tél./courriel xxx*	*Lors d'une projection privée le 12 décembre 2004, organisée en collaboration avec d'autres ONG membres de notre coalition contre les mines antipersonnel*	*- Coïncide avec le lancement de la campagne internationale de plaidoyer sur la mise en application de la convention sur les mines antipersonnel.* *- Précède le lancement public de la vidéo et sa sortie dans les médias*	*Coordinateur de plaidoyer de l'organisation partenaire*	*Lieu de projection trouvé et réservé ; date fixée pour la réunion de planification avec les alliés*

6) Les campagnes de plaidoyer par vidéo les plus réussies reposent sur la mise en œuvre de différentes stratégies vidéo selon un ordre précis, de sorte que l'impact d'une action donne naissance à une autre. Par exemple, vous planifiez la sortie de votre matériel à la télévision de sorte à accentuer la pression après avoir organisé des projections qui vous auront permis d'associer les réseaux communautaires à votre campagne, et avant de présenter la vidéo avec des rapports écrits et d'autres outils de plaidoyer lors d'une réunion privée avec des décideurs. Réfléchissez aux possibilités qui s'offrent à vous sur ce plan et indiquez-les dans le tableau ci-dessus.

7) En examinant les publics de distribution que vous avez définis, combien d'exemplaires de votre vidéo comptez-vous distribuer à l'échelle internationale, régionale, nationale et locale ? Quel est le format idéal pour cette distribution (VHS PAL/NTSC, DVD, VCD, etc.)

	VHS-NTSC	**VHS-PAL**	**DVD**	**VCD**	**NOMBRE D'EXEMPLAIRES DE QUALITÉ TÉLÉVISUELLE POUR LES MÉDIAS**
Local					
Régional					
International					
États-Unis					

ANNEXE : COMPOSANTES AUDIOVISUELLES

Toute vidéo consiste en une combinaison d'éléments visuels et audio. Réfléchissez longuement et de façon créative aux différents types de son et d'images. Qu'est-ce qui rendra cette histoire intéressante ? Pouvez-vous raconter votre histoire en utilisant différentes combinaisons de composantes visuelles et audio ? Qu'est-ce qui aura le plus grand impact sur votre public ? A quoi avez-vous accès, compte tenu des contraintes de sécurité, de budget et de temps ? Pouvez-vous faire de la nécessité une vertu ?

Voici quelques types d'éléments visuels et audio auxquels vous pouvez penser :

1. Éléments visuels

* Documentation visuelle et audio d'événements en train de se produire – les gens *faisant* quelque chose, sans commentaires.
* Paysages, lieux et objets inanimés qui font partie de l'histoire.
* Interviews – Une ou plusieurs personnes répondant à des questions posées par un interviewer à l'écran ou hors champ (cette seconde option permet de les écourter ou de les éliminer au montage final, si nécessaire).
* Conversation observée – Les gens sont conscients de la présence de la caméra, mais ne sont pas interviewés directement.
* Conversations ou gens se parlant, la caméra étant discrète ou cachée.
* Reconstitutions – recréations factuellement exactes de scènes qui ne pouvaient être filmées ou qui se sont produites dans le passé. Notez qu'il peut y avoir ici des problèmes de crédibilité dans le contexte des droits humains, notamment si la raison pour laquelle une scène n'a pas pu être filmée ou a dû être reconstituée n'est pas claire pour le public.
* Plans expressionnistes – Souvent symboliques ou artistiques et destinés à représenter un concept ou fournir des éléments visuels là où vous n'avez pas accès à un lieu, par exemple dans les interviews historiques.
* Manipulation d'images par le biais du ralenti, de l'accéléré, de la capture de mouvements, etc.
* Photos ou documents – en plans fixes ou filmés par un mouvement panoramique, travelling, zoom avant ou arrière de la caméra.
* Texte, par exemple titres à l'écran, manchettes de journaux ou graphismes– utilisé à des fins de créativité et d'information et comprenant les sous-titres pour les langues étrangères. Ceux-ci sont souvent ajoutés au montage.
* Images de bibliothèques, d'actualités et d'archives – qui peuvent provenir d'archives professionnelles, mais également de souvenirs personnels, voire de matériel d'autres films. N'oubliez pas que les images d'une source commerciale coûtent souvent cher et que l'autorisation de les utiliser est difficile à obtenir.
* Écran blanc – Amène le spectateur à réfléchir à ce qu'il vient de voir ou d'entendre, le prépare à ce qui suit, indique un changement de séquence ou de lieu ou encore met l'accent sur les sons.

2. Éléments audio ou sonores

* Interviewé – Vous pouvez utiliser un enregistrement audio seul ou une interview son et image dont vous utilisez seulement le son, ou le son et l'image.
* Conversations – Enregistrées au vu et au su des participants, ou bien discrètement ou en secret.
* Narration – Il peut s'agir d'un narrateur, du réalisateur ou d'un participant.
* Son synchrone – Son enregistré durant la prise de vues.
* Effets sonores – Sons individuels enregistrés durant la prise de vues ou ultérieurement.
* Musique – Généralement ajoutée au montage.
* Silence – L'absence de son peut indiquer un changement d'ambiance ou de lieu, ou amener le spectateur à se reporter son attention sur l'écran.

Annexe II
Formulaire de WITNESS
Description des cassettes et des séquences
1re partie : Résumé

(N.B. : Ce formulaire peut être utilisé pour une ou plusieurs cassettes portant sur le même thème. Veuillez utiliser la 2e partie : Dérushage ou Transcription pour dresser la liste des plans ou effectuer la transcription de chaque cassette séparément).

Nom du partenaire / Nom de la source ____
____
____

Numéro / Titre de la cassette ____

Date(s) de tournage de la vidéo ____

Lieu(x) de tournage ____
____
____

Nombre de cassettes __________________________ **NTSC ou PAL ?**______________

Séquences brutes ____________________ **Séquences ou productions montées** _______

Originaux ou copies ? ____

Les originaux ou les copies doivent-ils être retournés au partenaire ? _____________

Y a-t-il un contact pour les questions concernant les autorisations ou le contenu ?
____
____

Vidéaste(s) ____

Langue(s) ____

Résumé du contenu de la vidéo : veuillez décrire les événements présentés dans la cassette, la toile de fond ou le contexte, tout événement significatif qui a conduit à ces événements, les personnes ou les groupes concernés ; ou veuillez joindre ou indiquer toute documentation pertinente :
____
____
____
____
____

Y a-t-il des problèmes de qualité avec la cassette ? (par ex. bande endommagée, mauvais fonctionnement de la caméra, interruption du son, bruit de fond, etc.)

Y a-t-il des questions de sécurité, en particulier ou en général, concernant l'utilisation de ces séquences dont nous devons être conscients, ou des restrictions quant à leur emploi ? Veuillez préciser : ____________________________

Résumé des interviews. Veuillez indiquer les noms et les affiliations de tous ceux qui sont interviewés dans la vidéo ; s'il y a des restrictions quant à l'emploi d'une interview pour des raisons de sécurité, veuillez expliquer.

Nom, affiliation Autorisation signée ? Notes	Le nom peut-il être mentionné ?	Le visage peut-il ? être montré ?

1. ____
____
____

2. ____
____
____

3. ____
____
____

4. ____
____
____

5. ____
____
____

ANNEXE : Formulaire de WITNESS Description de la cassette et des séquences
2e partie : Dérushage ou Transcription

Numéro de la cassette : **Titre :**

Code temporel	**Description**

(Veuillez vous référer aux abréviations et aux exemples de plans ci-dessous et utiliser autant de pages qu'il vous faudra pour un dérushage complet).

Annexe III
Formulaire d'autorisation personnelle
(version courte)

Je, soussigné(e) ______________________, autorise sans réserve ____________________________, ses successeurs, sponsors, salariés, distributeurs, détenteurs de licence et cessionnaires à enregistrer et à filmer ma personne, ma voix et mon apparence et à utiliser ces enregistrements et films de n'importe quelle manière jugée appropriée par les Producteurs et ce, sans aucune restriction et de façon permanente. Je comprends que les producteurs sont les propriétaires de tous les droits afférents aux dits enregistrements et films.

Je comprends que les Producteurs se prévalent de cette autorisation et par conséquent, je l'accorde à titre permanent. En outre, je renonce à toute action contre les producteurs découlant de leur usage desdits enregistrements et films.

____
Signature :

____
Nom en caractères d'imprimerie

____
Date

____
____
____
Adresse

____
Numéro de téléphone

Annexe IV
Formulaire de consentement et d'autorisation personnels
(version longue)

Je, soussigné(e) ________________________, accorde par la présente à ______________________________, ses successeurs, sponsors, salariés, distributeurs, titulaires de licence et cessionnaires (ci-après les « Producteurs ») l'autorisation, le droit et la licence perpétuelle et sans limitation aucune d'utiliser mon nom, de me photographier, de me filmer et d'enregistrer ma voix (ci-après le « Matériel ») et de reproduire, montrer, diffuser et exploiter le Matériel, en tout ou en partie, et d'en faire la publicité, quel que soit le média utilisé, connu ou non, et ce dans le monde entier, aux fins de leur film, dont le titre provisoire est _____________________ (ci-après le « Film »), ou tout produit dérivé.

Les Producteurs sont les titulaires des droits d'auteur, ainsi que de toute prolongation et tout renouvellement desdits droits et de tous les droits afférents au Film et au Matériel, lesquels sont considérés comme une œuvre créée dans le cadre d'un contrat de louage d'ouvrage ou de services pour les Producteurs, conformément au code des États-Unis d'Amérique sur le droit d'auteur.

Je comprends et reconnais que le sujet du Film traitera de questions et d'événements d'une nature personnelle se rapportant à moi et aux membres de ma famille, qui peuvent être présentés, à la seule discrétion des Producteurs, sous un jour favorable ou défavorable pour moi ou ma réputation. Je renonce par la présente à tous les droits moraux y afférents et à toute réclamation fondée sur la violation de mon droit à la protection de la vie privée, à la publicité et à la confidentialité, tel que prescrit par la législation ou la common law, découlant du Film ou de tout autre usage du Matériel.

Les Producteurs se proposant de se prévaloir sans délai de ce Consentement et de cette Autorisation, je déclare par la présente qu'ils sont irrévocables et tiens à couvert par la présente les Producteurs de toute réclamation, obligation, action ou demande, quelles qu'elles soient, découlant de l'usage du Matériel du Film.

____
Signature :

____
Nom en caractères d'imprimerie

____
Date

____

____
Adresse

____
Numéro de téléphone

Annexe V

Listes de contrôle pour la préproduction et la production

PRÉPRODUCTION : INFORMATIONS À RECHERCHER	**NOTES**
Messages clés ?	
Canevas de l’histoire et du style	
Images d’archives ?	
Musique ?	
Films/livres existants sur le sujet ?	
Interviewés potentiels contactés ?	
Organisation du tournage de l’interview : date et lieu ?	
Existe-t-il des risques de sécurité ?	
Comment vos sujets vous vous rendrez-vous à l’endroit de l’interview et du tournage et en repartirez-vous ?	
Filmerez-vous seul ?	
Collecte de fonds ?	

LISTE DE CONTRÔLE POUR LA PRODUCTION	**NOTES**
Matériel caméra	
Caméra	
Chiffon de nettoyage de l’objectif	
Cassettes	
Stylo pour étiqueter les cassettes	
Silicagel/siccatif pour sacoche caméra	
Couverture imperméable pour la caméra (peut être un parapluie ou une véritable housse)	
Piles chargées	
Chargeur	
Piles et piles supplémentaires	
Trépied/tête de trépied	
Matériel audio	
Microphone(s) externe(s)	
Piles pour les microphones	
Câbles XLR	
Casque d’écoute	
Perche pour micro	
Adaptateur caméra pour microphone externe	

Matériel d'éclairage	
Kit d'éclairage (lampes, gels, diffuseurs, broches, pieds de lampe)	
Panneau réflecteur	
Gants	
Formulaires/listes	
Liste du réalisateur	
Formulaires de consentement/d'autorisation	
Autorisation pour le lieu de tournage	
Confirmation des interprètes/traducteurs	
Assurance pour le matériel	
Directions, cartes de la région	
Feuilles de service (planning horaire)	
Plan de tournage	
Questions pour les interviewés	
Trousse de secours	
Toutes les informations médicales et passeports de l'équipe	
Liste de du matériel (avec les numéros de série)	

Annexe VI

Formatage du script pour un documentaire vidéo

Dans un script de documentaire typique, la vidéo et l'audio figurent dans des colonnes séparées :

VIDÉO	AUDIO
PL – Vue de la vallée du Salween, une région reculée près de la frontière entre la Thaïlande et la Birmanie PML – Travelling le long de la berge d'un village situé sur le fleuve Salween PML – Plans de personnes récoltant les cultures GP – Femmes passant le riz au tamis	MUSIQUE : musique traditionnelle karen NARRATEUR : Nous sommes dans la vallée du Salween, située dans les collines près de la frontière entre la Thaïlande et la Birmanie. Cette vallée abrite notamment les villageois de l'ethnie karen, qui vivent de la pêche et de la culture des champs sur les flancs des collines
PL – Vue vers l'aval du fleuve PM – Chef du village travaillant avec ses filets dans les bas-fonds du fleuve	NARRATEUR : Taw Say est le chef de l'un des villages qui bordent le fleuve Salween SON NAT. de la rivière et bruits de la récolte
PM – Chef du village assis devant sa maison ; avec le fleuve à l'arrière-plan	CHEF DU VILLAGE : (parle à la caméra) Je m'appelle… Et depuis de nombreux siècles, ma famille vit ici dans la vallée du Salween.

D'ordinaire, vous indiquerez dans le script la taille du plan, le mouvement de la caméra et l'action.

Dans la colonne audio, vous dresserez une liste de la narration, des sons naturels ou de la musique. Celle-ci peut contenir la narration ou la transcription de ce que les gens disent à l'écran ou, du moins, leurs premiers et derniers mots en guise de repères pour le début et la fin de la prise de vues.

Annexe VII

Évaluation des frais de stratégie de distribution de votre vidéo

Sensibilisation du public et distribution du « Projet X »	*Détails des dépenses*	*Coût*
Coûts		
Temps de travail du personnel (sensibilisation)	X% du temps/salaire du producteur ; Y% du coordinateur de la sensibilisation à plein temps	
Élaboration et impression des documents d’accompagnement	X exemplaires des documents à $Y	
Projections ciblées	Nombre de conférences ou projections spéciales	
Copies (bandes vierges et duplication des cassettes)	$X par cassette x Y cassettes	
Frais de port et d’emballage	$X en moyenne (supposant Y pour distribution nationale/Z pour distribution internationale)	
Frais de promotion	X exemplaires du matériel à $Y	
	Total des frais	
Revenus		
Temps des bénévoles	X bénévoles à équivalent de $Y	
Ventes de cassettes	X exemplaires à $Y	
Ventes de t-shirts et autres articles	X ventes à $Y	
Dons		
Ventes de billets	X ventes à $Y	
Subventions		
	Revenu total	
	Total surplus/perte (Total des frais – total des revenus)	

Guide descriptif du budget

- Temps de travail du personnel : le budget de cette proposition comporte le temps consacré par le personnel à la coordination des activités de sensibilisation du public et de distribution du « Projet X », à savoir la préparation des documents d'accompagnement, l'identification des publics adéquats, la coordination du volet sensibilisation, l'organisation et la co-animation des diffusions radiotélévisées, des projections et des conférences et le soutien apporté aux organisations pour leurs propres projections.
- Élaboration et impression des documents d'accompagnement : comprend les coûts de photocopie et d'impression des documents d'accompagnement et des rapports, ainsi que les frais d'élaboration du matériel de projection, y compris le temps du personnel.
- Projections ciblées : nous prévoyons dans le budget X conférences ou projections spéciales qui seront réalisées par notre personnel dans des endroits précis, soit devant un public de masse clé, soit devant un public de décideurs particuliers. Les frais de cette ligne budgétaire comprennent les frais de transports nationaux et internationaux, les frais de conférence et de logement pour les animateurs des projections, ainsi que les frais de location des espaces de projection, le cas échéant.
- Copies : nous avons une liste cible de 150 groupes et institutions qui recevront des exemplaires gratuits du « Projet X ». Cette liste de distribution repose sur une répartition détaillée des groupes cibles et des stratégies de sensibilisation.
- Frais de port et d'emballage : estimation qui inclut les enveloppes et les frais d'expédition.
- Coûts de promotion : inclut les affiches, dépliants et annonces publicitaires payées.
- Temps des bénévoles : incluez ce poste dans vos calculs, mais rappelez-vous que sa valeur marchande n'a de sens que s'il remplace un rôle ou une fonction que vous auriez dû payer.

Index

Compilé par Sue Carlton

FIGURES ET TABLEAUX

FIGURES

TABLEAUX

TABLE DES MATIERES